



2023
INFORME DE
SOSTENIBILIDAD





FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente

HERNÁN MOSQUERA VILLA
Vicepresidente Financiero

AGUSTÍN RAMÍREZ CARO
Vicepresidente de Talento Humano y SG

JOSÉ ANTONIO SUCCAR LEGA
Vicepresidente de Operaciones

JORGE EDUARDO CORREA ROBLEDO
Vicepresidente de Mercadeo y Ventas

JAVIER MÁRQUEZ VARGAS
Gerente Nacional Jurídico

JORGE ENRIQUE ROA ANGULO
Gerente Ejecutivo Nacional de Producción
y Programación

ORLANDO CASTAÑO BOADA
Gerente de Planeación y proyectos

HENNIO MAURICIO GARCÍA LÓPEZ
Gerente Nacional de Ventas

HUGO LEONARDO RODRÍGUEZ MORENO
Gerente Digital de Contenidos

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

YENNY CARRERA RODRÍGUEZ
Directora Nacional de Contabilidad

WILSON BÁEZ OLIVEROS
Coordinador Nacional de Auditoría

COORDINACIÓN
Proceso de Talento Humano y SG

DISEÑO E IMPRESIÓN
Zetta Comunicadores S.A.

**PERFIL
RCN RADIO**

1

Presentación	7
Optimismo y sostenibilidad	9
Materialidad RCN Radio	10
Para resaltar	12
Micrófono de oro	16

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

**ESTRATEGIA
CORPORATIVA**

2

Estrategia RCN Radio despliegue y alineación	29
Pensamiento organizacional	29
Propósito superior	29
Misión	29
Visión	29
Esencia de negocio	30
Principios y valores	30
Política del sistema integrado de gestión	30
Autopistas estratégicas	32
Estrategia corporativa	32
Líneas de acción	32

**ACERCA DE
NUESTRO INFORME**

3

Nuestro modelo de sostenibilidad	35
Nuestros compromisos	36
Ética empresarial	38
Nuestros grupos de interés	38
RCN Radio y los objetivos de desarrollo sostenible - O.D.S.	48
Sello de sostenibilidad	53

**GOBIERNO
CORPORATIVO**

4

Nuestros órganos de gobierno	55
Estructura organizacional	56
Mapa de procesos	58
Junta directiva	59

**CRECIMIENTO
RENTABLE**

5

RCN Radio - Like Radio	62
Plataformas que son escuchadas	64
Alineados KPI's de las marcas	69
Metodología IMA	70
Cocreando para su marca	71
Integración RCN Radio	72
Informe de mercadeo publicitario	74
El Clásico RCN 2023 edición 63	76
Exposhow	80
Tienda ganadora	83

CONTENIDOS RELEVANTES	6	Valores de contenido	85
		Logros de audiencia	88
		Campaña 75 años de RCN Radio y actualización vestidos sonoros de la Cadena	89
		Piezas elaboradas	89
		Nuevos desafíos	90
		Campañas	91
		Radio Red, una mirada diferente	92
		Nueva alternativa musical Fiesta 104.4	93
		Música y entretenimiento	93
		Líderes en transmisiones deportivas	100
		Servicios de radio y eventos	102
		Actividades de campo y eventos	103
		Digital	105
		Informática	106
Contenidos relevantes	108		
TALENTO HUMANO	7	Talento humano y sistema de gestión	131
		Características generales del talento humano	133
		Comité de convivencia laboral	137
		Remuneración y reconocimiento	138
		Bienestar	139
		Beneficios económicos para el trabajador y sus familias	139
		Ganadores concurso interno de crónicas	141
		Concurso interno de cuento	143
		Actividades lúdicas, recreativas, deportivas	147
		Formación y desarrollo	150
		Para resaltar	156
		Valoración de competencias y desempeño	157
		Publicaciones – comunicaciones	158
		MEDIOAMBIENTE Y SISTEMA DE GESTIÓN	8
Sistema de gestión ambiental	162		
Nuestros compromisos ambientales a partir de los lineamientos estratégicos	162		
Gestión de aceites y combustibles para planta de energía	164		
Proyectos de energía sostenible	170		
Movilidad sostenible – programa viajes verdes en bicicleta	174		
Otras estrategias ambientales implementadas en el año 2023	174		
Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	176		
Sistema de seguridad de la información	180		
Sistema de gestión de la calidad – transversal a todos los sistemas	180		
CUENTOS Y CRÓNICAS RCN	9		
		Crónicas	200
		Estándares contenidos generales	200



Presentación

ACERCA DE NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD

▶ GRI 2-1,2-2,2-3

El informe de sostenibilidad del año 2023 que estamos presentando en estas páginas fue elaborado bajo la estructura de indicadores GRI - Global Reporting Initiative, y da cuenta de la gestión realizada por RCN Radio S.A.S., Empresa de la Organización Ardila Lülle, entre enero y diciembre de 2023.

Para el año 2023, no se realizó verificación externa, sin embargo, se tiene un Sello de Sostenibilidad producto de auditoría y certificación de ICONTEC del mismo año.

La responsabilidad de consolidar este informe es del proceso de Talento Humano y Sistema de Gestión; para consultas relacionadas con sus contenidos los invitamos a escribir a equipoth@rcnradio.com.co







Optimismo y Sostenibilidad

▸ GRI-2-11, 2-22

Presento a todos nuestros lectores y partes interesadas el informe de sostenibilidad de **RCN Radio del año 2023** que da cuenta de la gestión de la Empresa en sus diferentes procesos y desde una perspectiva organizacional, económica, social y ambiental.

Si bien hay factores externos de coyuntura nacional e internacional en temas económicos, políticos, y de seguridad que no dependen de las decisiones que tomemos como Empresa, si que afectan e impactan positiva o negativamente lo hacemos. Ante lo positivo, no hay mucho qué decir, ojalá fuera un estado permanente y sería el mejor escenario para contribuir a la calidad de vida de todos. Y ante lo negativo, como líderes responsables del bienestar, desde una concepción amplia del término, de muchas personas, nos invita a transmitir optimismo y esperanza para emprender y lograr mejores resultados. Si una empresa logra sus metas, también lo hace su gente, el país. Es una consecuencia en la que todos ganamos, claro, si todos le apostamos a la meta.

Todos los años realizo un recorrido por las sedes de la Cadena en cada ciudad, al igual que en nuestros transmisores, sitios rurales alejados casi siempre de lo urbano, y tengo la oportunidad de hablar y escuchar al talento humano de esta Empresa jóvenes, adultos, hombres, mujeres, todos distintos y diversos tanto por las características de cada región como por lo propio de su individualidad y compartimos todos algo en común: el optimismo y no como una ilusión, es algo concreto y real; creemos en esta Empresa, tenemos un gran sentido de pertenencia. Somos y buscamos la sostenibilidad sencillamente porque somos optimistas, creemos en lo que

hacemos y estamos comprometidos en que esta Empresa y el país sean viables. Sin optimismo, no hay sostenibilidad y sin sostenibilidad no hay futuro.

En la valoración de percepción de clima y armonía organizacional, las preguntas relacionadas para conocer el sentido de pertenencia se obtuvo un puntaje de 93/100.

Como lo expresé en un párrafo anterior es nuestra responsabilidad como líderes marcar y orientar el camino con decisión, optimismo, principios y valores claros, sin embargo, en RCN Radio el optimismo es una actitud transversal, tanto así, que es una de las competencias que medimos y estimulamos.

El optimismo puede ser entendido como una perspectiva positiva y esperanzadora del futuro, o como una actitud a ver de manera realista en lo adverso, una posibilidad, una oportunidad, un reto o mejor un desafío para encontrar nuevos caminos, es decir, de resistir y avanzar con fortaleza. Esto es precisamente lo que busca transmitir este informe en cada uno de sus nueve capítulos y más de 200 páginas, lo que logramos juntos y cuando digo juntos son trabajadores, anunciantes, proveedores, oyentes, usuarios, familia, comunidad, aun en contextos cambiantes.

“La distancia de lo posible a lo imposible... es la medida de la voluntad del hombre”.

A todos gracias por hacer posible lo que parece imposible.

FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente

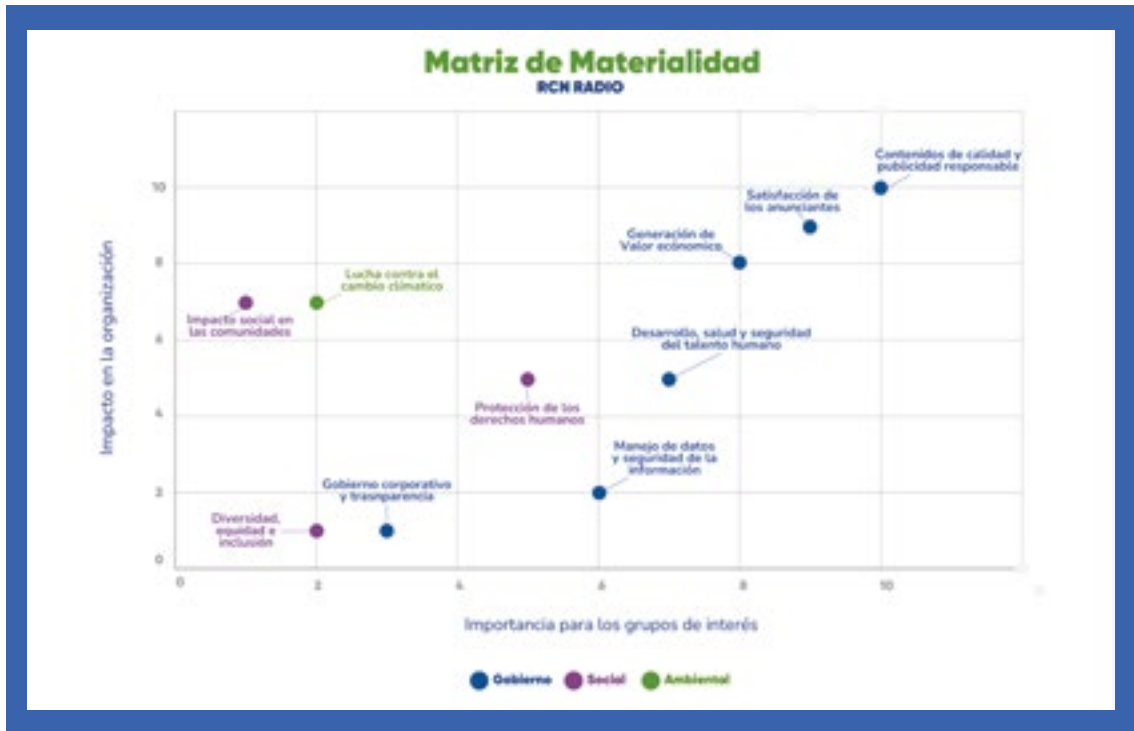
Materialidad RCN Radio

▶ GRI 3-1, 3-2, 3-3

Para definir los asuntos relevantes en materia de sostenibilidad RCN Radio partió de la revisión de marcos y estándares internacionales desarrollados por el *Global Reporting Initiative GRI* y su suplemento de medios, y el *Responsible Media Forum* de Inglaterra, del que RCN fue miembro en el pasado. Durante el proceso se consultó la opinión de colaboradores, gerentes de las ciudades, clientes anunciantes, oyentes y aliados de proyectos de la Cadena mediante un cuestionario virtual.

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

- 1. Contenidos de calidad y publicidad responsable:** ofrecer contenidos de noticias y entretenimiento que promuevan la libertad de expresión, la diversidad, la inclusión, los derechos humanos, la ética y la transparencia; que velen por la independencia y la transparencia editorial, la veracidad y la rigurosidad en el manejo de la información. De la misma manera, mantener estándares y prácticas responsables con respecto a la publicidad que se transmite.
- 2. Satisfacción de los anunciantes:** garantizar que las expectativas de los clientes se cumplan en términos de contenido, formato, precios e implementación.
- 3. Generación de valor económico:** cumplir las expectativas de generación de valor económico de los accionistas mediante la implementación de los objetivos de la Compañía a largo plazo.
- 4. Desarrollo, salud y seguridad del talento humano:** generar condiciones laborales seguras y saludables en donde se incentive la cultura del autocuidado, el liderazgo, el crecimiento personal y se vele por el bienestar físico y mental de los colaboradores.
- 5. Lucha contra el cambio climático:** implementar acciones para la adaptación y mitigación al cambio climático, fortaleciendo estrategias que permitan un consumo responsable de recursos e incentiven la circularidad dentro de los procesos. Así mismo, crear contenidos y estrategias que promuevan en la audiencia hábitos y conductas responsables con el medioambiente.
- 6. Protección de los derechos humanos:** ofrecer contenidos a la audiencia que respeten y promuevan los derechos humanos.
- 7. Manejo de datos y seguridad de la información:** proteger la información personal de los individuos de manera confidencial y de acuerdo con las regulaciones y normativas legales vigentes. Velar por la seguridad de la información al interior de RCN Radio.
- 8. Gobierno corporativo y transparencia:** garantizar la aplicación de los más altos estándares éticos en todas nuestras actuaciones y cumplir con los requisitos legales con todas nuestras partes interesadas.
- 9. Diversidad, equidad e inclusión:** promover la igualdad de derechos de colaboradores, proveedores, clientes, oyentes y usuarios sin ninguna discriminación por razones de género, raza, origen nacional o familiar, discapacidad, lengua, religión, opinión política o filosófica.
- 10. Impacto social en las comunidades:** contribuir de manera positiva al bienestar y el desarrollo de las comunidades a través de iniciativas sociales, programas de responsabilidad social corporativa, y jornadas de voluntariado.



CONCLUSIONES:



Del ejercicio se concluye que el asunto de mayor importancia para los grupos de interés es “contenidos de calidad”, es decir, se espera que RCN Radio como medio masivo de comunicación emita contenidos de noticias y entretenimiento veraces, transparentes, diversos, responsables y con altos estándares de calidad. Asimismo, otro asunto relevante es la “satisfacción de los anunciantes”, pues se espera que RCN Radio garantice que las expectativas de los clientes se cumplan en todos los aspectos.

En tercer lugar, de importancia surgió la “generación de valor económico”, como condición fundamental para la permanencia del negocio en el tiempo y para cumplir su función social como medio de comunicación. Por otro lado, el asunto de “desarrollo, salud y seguridad del talento humano” tiene un grado alto de importancia, pues los grupos de interés consideran relevante que RCN Radio genere condiciones laborales seguras y saludables, incentivando la cultura del autocuidado, el liderazgo, el crecimiento personal y el bienestar físico y mental de sus colaboradores.

RCN Radio continuará trabajando en potencializar y priorizar todos los temas materiales, identificando en ellos oportunidades de mejora, estrategias y creación de valor para el negocio y para todos sus grupos de interés.

Como parte del ejercicio, también se les pidió a las partes interesadas opinar sobre posibles temas alrededor de los cuales RCN Radio podría emitir campañas pedagógicas. En orden de prioridad las causas sugeridas fueron: salud mental, cultura, equidad de género, paz y democracia, diversidad e inclusión, cambio climático, economía circular/reciclaje.

**Para
Resaltar**



**Reconocimiento con la Orden Civil
al Mérito José Acevedo
y Gómez en el Grado Gran Cruz
Dr. Fernando Molina Soto, presidente
Por sus más de 37 años de valiosos aportes
a las estrategias de comunicación
que contribuyen al desarrollo del país.**



Dr. Fernando Molina Soto, señora Carime Fatat Hurtado, el concejal Venus Albeiro Silva Gómez y equipo directivo de RCN Radio.



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A NUESTRO TALENTO PERIODÍSTICO



PREMIO INTERNACIONAL DE LA EXCELENCIA PERIODÍSTICA DE LA SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA 2023

Herlency Isabel Gutiérrez Barahona y Javier Mauricio Jules Acosta

Categoría periodismo sobre salud, por su trabajo

“Plaguicidas en Colombia: niños enfermos y venta de químicos prohibidos”



PREMIO DE PERIODISMO SOLUCIONES ASOCAJAS

Javier Mauricio Jules Acosta y Herlency Isabel Gutiérrez Barahona

Premio en la modalidad de lenguaje sonoro



PREMIO FACECOLDA AL PERIODISMO DE SEGUROS

Equipo del Programa la Tertulia con calor Vallecaucano de RCN Cali

Por su trabajo “60000 caleños multados en el primer semestre del año por no portar el SOAT”



RECONOCIMIENTO A LA TRAYECTORIA PERIODÍSTICA, OTORGADO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

Francisco Alexander Romero Dorado “Pacho Alerta” Director Noticiero

Su compromiso, persistencia y profesionalismo ha aportado al desarrollo económico y social de Bogotá y la región



PREMIO DE PERIODISMO SILVIO LEÓN ESPAÑA EN NARIÑO

Óscar Alejandro Rosero Montenegro Director de Noticias RCN Radio Pasto

Por su crónica “Dolly y Trans formando su mundo”



PREMIO DE PERIODISMO DEPARTAMENTAL DE SANTANDER “LUIS ENRIQUE FIGUEROA”

En la categoría “mejor trabajo de promoción turística de Santander”

Nelson David Cipagauta Velandia

Director de Noticias RCN Radio Bucaramanga

Por su trabajo “Topocoro en la ruta del turismo sostenible”



PREMIO DE PERIODISMO MARIO CEBALLOS ARAÚJO

Renán de Jesús Fontalvo Donado
Director de Noticias RCN Radio Santa Marta

Por su trabajo “Cuatro años de luto, silencio y dolor”



RECONOCIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PERIODISTAS DEPORTIVOS ACORD NORTE DE SANTANDER

Clásico RCN

Al mejor evento deportivo del 2023



RECONOCIMIENTO DE LA ARMADA A TRAVÉS DE LA ESCUELA NAVAL DE CADETES “ALMIRANTE PADILLA” VALORANDO EL PROFESIONALISMO E INVALUABLE APOYO DE RCN RADIO A LA ESCUELA NAVAL

Entregado a RCN Radio en el día del periodista por el Almirante Camilo Gutiérrez, director de la Escuela Naval, recibió gerente de RCN Radio Cartagena - Hans Londoño García

PREMIOS MONITOR MUSIC AWARDS - SANTA MARTA

Gina Paola Caicedo Jurado, “Paito Caicedo”, Disc RCN Radio Uno – Bogotá

Mejor locutora de Colombia



Emisoras Radio Uno Cúcuta, Medellín e Ibagué

Mejores emisoras populares en Colombia 2023

La Mega 107.5 FM Ibagué

Mejor emisora pop centro-sur

Radio uno 88.3 FM Ibagué

Mejor emisora popular zona centro



ORDEN GUSTAVO ROJAS PINILLA EN EL GRADO DE OFICIAL POR EL CONCEJO MUNICIPAL DE TUNJA EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DE LOS 484 AÑOS DE LA CIUDAD

Juan Manuel Ruiz Machado, Periodista

Indalecio Castellanos López, Periodista

Homenaje a ciudadanos ilustres cuyo quehacer profesional ha dejado una huella imborrable en esta tierra noble e hidalga



PREMIO DE PERIODISMO ALFONSO BONILLA ARAGÓN - ALCALDÍA DE LA CIUDAD DE CALI

Luis Alfonso Cruz Castro, Periodista

Primer premio por el trabajo “El gota a gota, un salto a la agonía y la muerte”

FEDERACIÓN COLOMBIANA DEPORTIVA MILITAR, NOCHE DE LOS DEPORTISTAS 2023. PLACA DE RECONOCIMIENTO POR EL APOYO AL CICLISMO REGIONAL. OTORGADA POR LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE VILLA PINZÓN CUNDINAMARCA Y EL INSTITUTO MUNICIPAL DE LOS DEPORTES.



James Orlando Ruiz Galeano - Locutor RCN Radio Bogotá

Por el trabajo en medios de comunicación y enaltecer con el relator el deporte colombiano



CONCURSO INTERNO DE CRÓNICAS, “ANTONIO JOSÉ CABALLERO”

1
PUESTO

Nombre de la Crónica: “Shakira, su carrera y yo”
Crónica presentada por: Augusto Nicolás Samper Camargo, Comentarista Deportivo y Christian Javier Solano Obando Líder de Audio Digital, los dos de la ciudad de Bogotá.

2
PUESTO

Nombre de la Crónica: “El cuento de Doris”
Crónica presentada por: Óscar Alejandro Rosero Montenegro, Director de Noticias en Pasto

3
PUESTO

Nombre de la Crónica: “Murieron sin saber por qué”
Crónica presentada por: Shadia Mileth Freyle Chadith, Directora de Noticias en Sincelejo



En la imagen Óscar Alejandro Rosero Montenegro, Shadia Mileth Freyle Chadith, Dr. Fernando Molina y Christian Javier Solano Obando.

MICRÓFONO DE ORO

En el 2024, en septiembre 11, cumple 20 años de creación este reconocimiento con el nombre “Micrófono de Oro”, que, como propuesta de la presidencia, ha tenido desde entonces la finalidad de rendir homenaje a personajes de la vida nacional y a empresas aliadas que han contribuido con sus obras y actuaciones a hacer de nuestro país un mejor lugar para vivir. En el año 2023 fue entregado a los siguientes trabajadores que contribuyeron de manera importante al logro de los retos de RCN Radio y que de manera merecida y satisfactoria disfrutaron de su retiro:



PILAR MARITZA VANEGAS, gerente de ventas y nuevos mercados, Bogotá, 34 años en RCN Radio entre 1989 – 2023.

JOSÉ EDILBERTO SAA, conductor en la ciudad de Cali, más de 31 años en la Cadena, pensionado en octubre de 2016 y se retiró en 2023.

LEONARDO MUÑOZ VALENCIA, gerente de ventas y gerente regional de ventas, Cali, más de 20 años en RCN Radio, 2002 - 2023.

ANA YOLANDA RUIZ CEBALLOS, se desempeñó en su trayectoria en la Cadena de más de 14 años, como periodista y directora de Servicios Informativos y RCN Noticias, nos acompañó hasta el 2023.

JAMES PADILLA MOTOA, locutor y posteriormente comentarista deportivo en la ciudad de Armenia, 24 años en RCN Radio, entre los años 1985 – 2014, pensionado en 2007.

ROGELIO TABORDA VALLEJO, comentarista deportivo, más de 40 años en la Cadena, entre el 1981 y 2020.

RUBY NAVARRO DE HERRERA, vendedora y posteriormente asistente gerencial de ventas en la ciudad de Cali entre los años 1983 y 2012.







EN TU FRECUENCIA



PERFIL RCN RADIO



PRESENCIA DE RCN EN COLOMBIA

► GRI- 2,1, 2-6

RCN Radio hace contacto con todos los segmentos de la población a través de sus emisoras en frecuencia AM y FM, distribuidas en 12 sistemas radiales, portales y aplicaciones web, redes sociales y streaming de audio. Opera a través de

su sede principal con domicilio en Bogotá y 46 sedes en todo el país agrupadas en 7 regionales y con cubrimiento nacional, regional, local y urbano.



Conectándonos a nivel ...

- Nacional
- Regional
- Local
- Rural
- Urbano



Llegamos a **90%** de la población en **891 Municipios** con **152 Emisoras.**



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



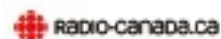
Radio Vaticana



KW Continente Panamá



Radio Canadá



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

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

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

La radio de RCN Radio ha entregado tradicionalmente su señal a través de frecuencias en AM y FM. Con la introducción de nuevas tecnologías, los contenidos hablados, musicales, de información y entretenimiento tienen hoy a su disposición diversos canales de distribución, tales como streaming, podcast, sitios web, redes sociales, red celular, audio en televisión, entre otros.

Estos canales utilizan una variedad de dispositivos de acceso, además de la radio tradicional, como computadoras, altavoces inteligentes (smart speakers), teléfonos celulares, tabletas, televisores, etc.



DE UNA
DISTRIBUCIÓN

Básica



AM Y FM



TRANSISTOR



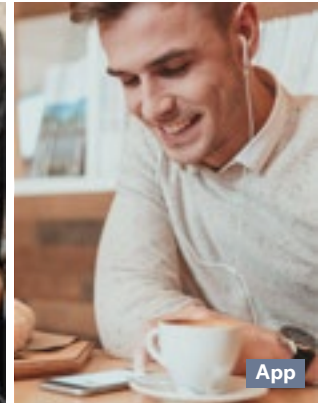
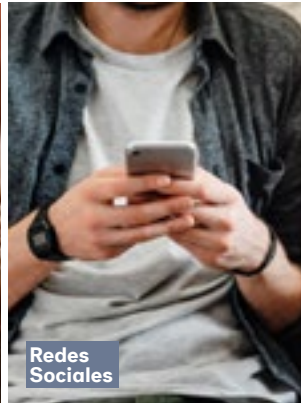
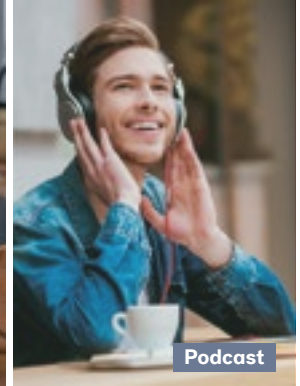
TALENTO RADIAL



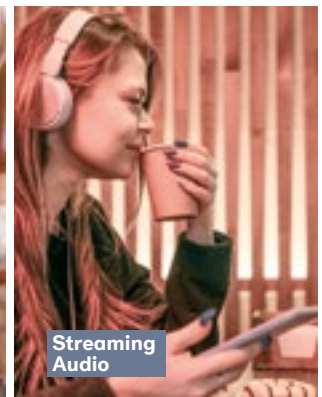
PARRILLA

LIKE RADIO

Las personas se conectan a los contenidos por **múltiples plataformas**



AIO





RCN RADIO UN ECOSISTEMA

De puntos
de Contacto

PERFIL RCN RADIO

1. RCN RADIO

- Hablada
- Informativos
- Tendencias
- Programas de Opinión

2. RCN RADIO

- Musical
- Djs
- Artistas
- Concursos
- Entretenimiento
- Invitados

3. MARKETING ONLINE

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

4. MERCADEO SOCIAL

- Campañas Sociales
- Compromiso Social
- Apoyo Gobierno

5. BTL

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

6. TV/PRENSA

- Canal RCN
- Cerrada
- Diario La República

7. GENERACIÓN DE CONTENIDO

- Líderes de opinión
- Contenido Curado



RCN Radio ha evolucionado para convertirse en un ecosistema integrado que abarca la radio hablada, musical, marketing online, generación de contenidos, mercadeo social y experiencias BTL, además de tener presencia en televisión.

La radio hablada y musical de RCN se compone de doce sistemas, cada uno diseñado para conectar con un grupo objetivo específico, satisfaciendo así los intereses tanto de los usuarios como de las marcas. Contamos con **12 Sistemas Radiales** que nos permiten establecer contacto con todos los segmentos de la población.





✓ EL MARKETING ONLINE

Se adapta a la evolución digital sin perder su accesibilidad tradicional. A través de dispositivos como radiotransistores y equipos de sonido, la radio sigue presente, pero el mundo digital enriquece la experiencia con audio, video y contenido exclusivo en los portales web. Las aplicaciones permiten una conexión más profunda, integrándonos al contenido de calidad que buscan los usuarios, ya sea escuchando, visitando o recibiendo notificaciones relevantes.

✓ GENERACIÓN DE CONTENIDO

La generación de contenido implica contar historias (storytelling) que contribuyen al aumento de las ventas o posicionan una marca en un terreno de atributos o emociones dirigidas al grupo objetivo. Esto se logra mediante el tono, el lenguaje y los referentes, como los líderes de opinión presentes en todos nuestros programas.

✓ MERCADEO SOCIAL

Es imperativo que las marcas se proyecten en la sociedad e identifiquen sus valores. Este enfoque logra que las personas valoren más las marcas y gestionen recursos para el bienestar, el desarrollo social, la cultura, la protección del medioambiente o la educación.

✓ EVENTOS Y BTL (BELOW THE LINE)

Las experiencias personales generan emociones, y estas emociones son el motor de la toma de decisiones. Buscamos establecer conexiones entre las marcas y los consumidores para comprometer los sentidos de las personas. Esto les permite interactuar físicamente con la marca, creando experiencias memorables e impactantes.



NUESTRO HIMNO

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

CORO:

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

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

CORO:

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

STREAMING

CONCIERTOS

MUSICAL



EN TU FRECUENCIA



FACEBOOK

ACTIVACIONES

INSTAGRAM

ESTRATEGIA CORPORATIVA



ESTRATEGIA RCN RADIO DESPLIEGUE Y ALINEACIÓN

▸ GRI 2-6

ESTRATEGIA 2020 - 2024

Pensamiento Organizacional



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

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

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

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

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

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 de 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.

Política del sistema integrado de gestión



- Con el propósito superior de contribuir al progreso de cada colombiano mediante contenidos que agreguen valor, en RCN Radio trabajamos con una filosofía de la sostenibilidad, la responsabilidad social empresarial, la calidad, la seguridad y salud en el trabajo, el respeto por el individuo, la comunidad y la protección del medioambiente, la seguridad de la información, así como por la rentabilidad y continuidad del negocio.

✓ Desarrollamos una cultura organizacional orientada a:

- Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actividades.
- Generar contenidos, productos y servicios que satisfagan y superen las necesidades y expectativas de nuestros oyentes, usuarios y anunciantes.
- Propender por el bienestar y calidad de vida de los trabajadores y sus familias.
- Implementar estrategias para controlar los peligros y reducir los riesgos y generar ambientes de trabajo seguros y armónicos.
- Promover una cultura de calidad, innovación, mejoramiento continuo y rentabilidad de nuestros productos y servicios.
- Crear una cultura de cuidado, respeto y protección del medioambiente.
- Cumplir los requisitos legales y otros requisitos aplicables.
- Garantizar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información de la Organización y de sus partes interesadas.

✓ Objetivos del Sistema Integrado de Gestión

Enfoque calidad



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

- Aprovechar la tecnología para generar conocimiento, valor y nuevas oportunidades de negocio.
- Ampliar y diversificar la oferta de contenidos para responder de una manera diferenciada con productos y servicios multiplataforma que incrementen y segmenten las audiencias.
- Desarrollar cultura de innovación en la Cadena.



✓ Enfoque SST

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



✓ Enfoque Ambiental

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



✓ Enfoque Seguridad de la Información

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



✓ Enfoque transversal en el Sistema de Gestión

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

Autopistas estratégicas



✓ Defender y fortalecer la esencia del negocio

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

✓ Diversificar

- Invertir, desarrollar o realizar alianzas en nuevas empresas.
- Explorar nuevos modelos de negocio.
- Implementar espacios de cocreación.

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

✓ Crecimiento rentable

- Conocer y fortalecer las audiencias de nuestras emisoras y sus plataformas digitales, para su fidelización y monetización.
- Desarrollar nuevos productos y servicios que mejoren la experiencia de los clientes, oyentes y usuarios.
- Explorar nuevos modelos de negocio para la búsqueda de otros mercados.
- Fortalecer el relacionamiento con los clientes, los oyentes y los usuarios.
- Incrementar las ventas en las operaciones actuales.
- Utilizar tecnología de punta para la producción y distribución de los contenidos.
- Buscar sinergias y alianzas.

✓ Fortalecimiento organizacional

- Talento, para desarrollar ventajas competitivas.
- Gestión del conocimiento.
- Innovación, como parte de la cultura corporativa.
- Transformación digital, centrada en nuestros clientes, oyentes y usuarios.
- Eficiencia operacional con el uso de la tecnología.

Estrategia corporativa



Líneas de acción



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



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

YOUTUBE

PÁGINA WEB

MUSICAL



EN TU FRECUENCIA



INSTAGRAM



PODCAST

PROGRAMAS

ACERCA DE NUESTRO INFORME



NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

► GRI 2-13, 2-14, 2-23

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

La base de la sostenibilidad es la generación de valor y rentabilidad para los accionistas con base en principios éticos.

Con estándares claros de gobierno corporativo, en RCN buscamos una gestión transparente e integral del negocio de manera que la audiencia confíe en nuestra Compañía y valore la independencia de nuestros contenidos.

Tenemos lineamientos claros plasmados en el Código de Buen Gobierno y en el Programa de Ética Empresarial (publicado en nuestras páginas de internet). Dichos documentos reúnen todas las políticas y procedimientos con respecto a la forma como operamos: misión, visión, principios y valores, valores de contenido, estructura organizacional, relación con los accionistas, órganos de gobierno, manejo de datos personales, conflictos de interés, manejo de proveedores, mecanismos de prevención del soborno, sistemas de control y auditoría, lineamientos éticos y legales para los contenidos, manejo de donaciones, entre otros.

Con relación a nuestros contenidos tenemos claro que nuestra principal responsabilidad es fortalecer y desarrollar productos centrados en las audiencias, conectarnos con



ellas, aprovechar nuestro poder de movilización en beneficio del país y generar rentabilidad como empresa.

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

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

NUESTROS COMPROMISOS

▶ GRI 2-24



LÍNEAS DE ACCIÓN: crecimiento Rentable.

DESCRIPCIÓN: crear valor y rentabilidad para nuestros accionistas con principios éticos y sostenibles.

ASUNTOS:

1.	Ingresos	Crecer en ingresos totales.
2.	Rentabilidad	Gestionar eficiente y eficazmente los recursos y mejorar la rentabilidad del negocio.
3.	Participación de mercado	Mantener la participación del mercado en el sector radio.
4.		Incrementar la participación de RCN Radio en el mercado de medios tradicionales.
5.		Crecer en número de clientes.
6.		Incrementar la participación en el mercado digital de los medios en Colombia.
7.	Nuevos negocios	Explorar nuevos modelos de negocio, diversificando el core de la Empresa.



LÍNEAS DE ACCIÓN: gobierno Corporativo.

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

ASUNTOS:

8.	Ética empresarial	Garantizar la aplicación de los más altos estándares éticos en todas nuestras actuaciones.
9.	Requisitos legales	Cumplir con los requisitos legales con todas nuestras partes interesadas.



LÍNEAS DE ACCIÓN: contenidos Relevantes.

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

ASUNTOS:

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

12.	Diversificar contenidos	Ampliar y diversificar la oferta de contenidos para responder de una manera diferenciada con productos y servicios multiplataforma que incrementen y segmenten las audiencias.
13.	Iniciativas	Promover y apoyar iniciativas sociales que propendan por la construcción de un mejor país.
14.	Valores de contenido	Reflejar la independencia, la transparencia y los valores de la Cadena en todos nuestros contenidos para generar confianza en nuestras audiencias.
15.	Innovación	Desarrollar una cultura de innovación en la Cadena.

LÍNEAS DE ACCIÓN: talento Humano.



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

ASUNTOS:

16.	Desarrollo integral	Promover el desarrollo integral de los trabajadores, sus habilidades y competencias, manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y la familia.
17.	Clima	Mantener un clima armónico, estimulante y motivador que dinamice el cambio organizacional y la gestión del conocimiento.
18.	Sistema Integrado de Gestión	Promover la mejora continua del Sistema Integrado de Gestión con el fin de entregar productos y servicios con calidad.
19.	Bienestar	Garantizar el bienestar y la calidad de vida de nuestros trabajadores y sus familias.

LÍNEAS DE ACCIÓN: medioambiente.



DESCRIPCIÓN: promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actuaciones.

ASUNTOS:

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

ÉTICA EMPRESARIAL

▶ GRI 2-25, 2-26

- RCN Radio cuenta con un programa de Ética, que tiene el objetivo de formular y comunicar las políticas, valores y principios establecidos por la alta dirección de la Cadena, los cuales están orientados a garantizar la realización de su función de manera transparente y honesta. También está en condiciones de identificar, detectar, prevenir y atenuar los

riesgos relacionados con el soborno y prácticas corruptas. En el mismo se encuentran los lineamientos a seguir por los trabajadores, contratistas, proveedores, oyentes, usuarios y anunciantes, con el fin de evitar actos de corrupción y sobornos al interior de la Compañía. De la misma manera, están incluidos otros lineamientos plasmados en documentos como:



- Como canal de comunicación para reportes o punto de contacto existe la línea ética: lineaetica@rcnradio.com.co a través de la cual se pueden canalizar de manera confidencial las denuncias, dudas o consultas y se delegó a la Coordinación Nacional de Auditoría como oficial de cumplimiento de

las políticas establecidas. Todo el detalle del programa se encuentra alojado en el **Portal Empresarial de la Cadena** y fue socializado con todos los colaboradores de manera presencial y virtual a través del boletín “**Entre Nos RCN Radio**”.

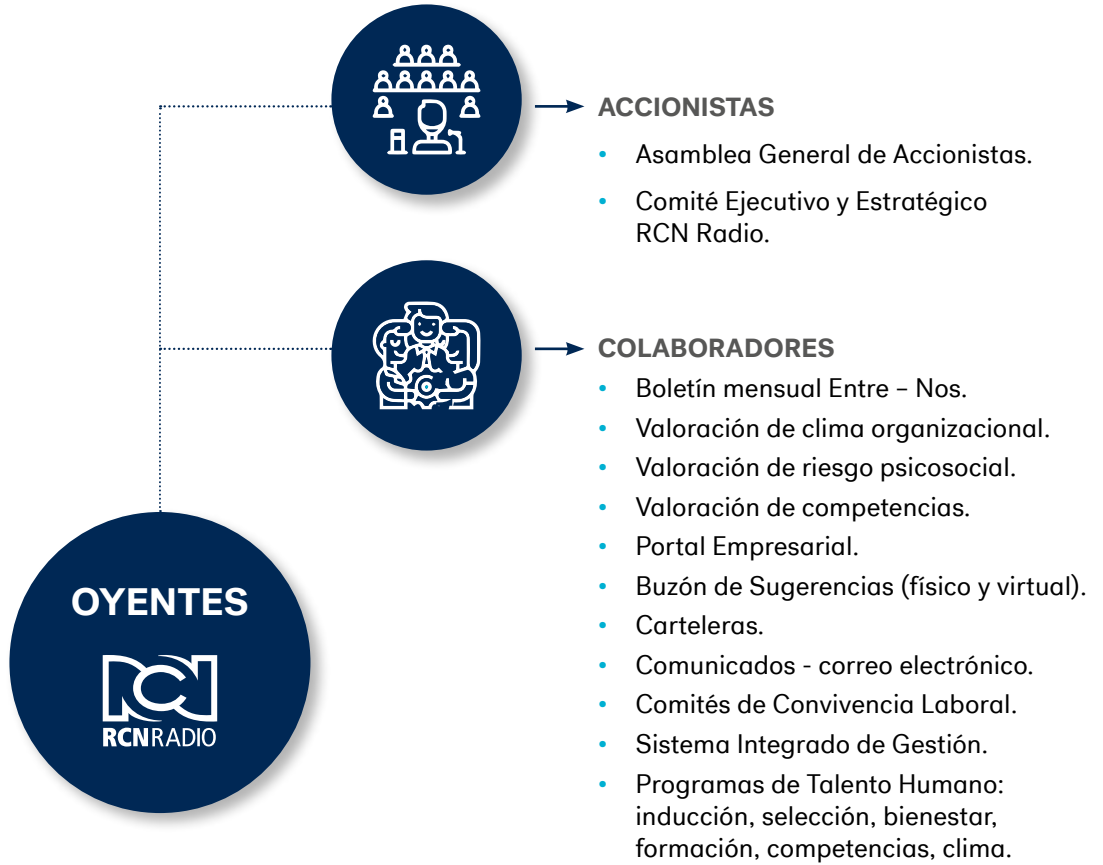
NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

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

armoniosas, éticas y encontrar oportunidades de mejora.

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

CÓMO NOS COMUNICAMOS



Parte Interesada	SIG	Necesidad	Expectativa	Requisito	Proceso Asociado	Retroalimentación
OYENTES	Calidad	Informarse, entretenerse y tener compañía. Calidad de la señal recibida Credibilidad.	Generación de emociones.	Transmisión de la señal por frecuencias autorizadas. Cumplimiento normatividad para uso de los medios digitales.	Producción y programación.	Investigación de preferencias de la audiencia.
	SST	Condiciones seguras en escenarios de eventos desarrollados por la Cadena.	Condiciones seguras en escenarios de eventos desarrollados por la Cadena.	Cero incidentes o accidentes en eventos. Cumplimiento normativo para la realización de escenarios. Tener plan de respuesta ante emergencias.	Eventos de Radio.	Línea opine y sugiera Demanda.
	Ambiente	Evidenciar responsabilidad con el Medioambiente. Prácticas ambientales responsables.	Educación Ambiental Campañas informativas y de sensibilización ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental.	Producción y programación.	Línea opine y sugiera Demanda.
	Seguridad de la Información	Protección de datos personales. Confidencialidad de la información.	Hay que asegurar que la información personal se mantiene íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia.	Producción y programación.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).

Parte Interesada	SIG	Necesidad	Expectativa	Requisito	Proceso Asociado	Retroalimentación
ANUNCIANTES	Calidad	Promover y dar a conocer sus marcas a través de la radio. Precio adecuado por la publicidad adquirida.	Aumentar los niveles de venta y posicionamiento de sus marcas a través de campañas publicitarias. Atraer nuevos clientes a la marca.	Cumplimiento de las condiciones pactadas en los contratos.	Ventas.	Encuestas de satisfacción quejas y reclamos.
	SST	Condiciones seguras de transmisión en la realización de los remotos de radio.	Cero incidentes o accidentes en la realización de remotos.	Cumplimiento normativo de la SST.	Producción y Programación.	Línea opine y sugiera.
	Ambiente	Evidenciar responsabilidad con el medioambiente. Prácticas ambientales responsables.	Educación Ambiental. Campañas informativas y de sensibilización ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental.	Producción y programación.	Línea opine y sugiera quejas y reclamos.
	Seguridad de la Información	Protección de datos personales. Confidencialidad de la información.	Asegurar que la información personal se mantenga íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia.	Producción y programación Procesos administrativos.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).

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

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

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

Parte Interesada	SIG	Necesidad	Expectativa	Requisito	Proceso Asociado	Retroalimentación
JUNTA DIRECTIVA Y ASAMBLEA	Calidad	Rentabilidad. Cumplimiento de los objetivos y metas corporativas.	Crecimiento rentable. Reconocimiento y posicionamiento de la marca en el mercado.	Normatividad. Superintendencia de Sociedades. Direccionamiento Corporativo.	Direccionamiento Estratégico.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	SST	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia de SST.	No tener incidentes / accidentes o enfermedad laboral que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia de SST.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	Ambiente	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia Ambiental.	No tener incidentes o accidentes ambientales que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia Ambiental.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	Seguridad de la Información	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia de seguridad de la información y la protección de datos.	No tener incidentes de seguridad de la información que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología. Seguridad de la Información.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.

Parte Interesada	SIG	Necesidad	Expectativa	Requisito	Proceso Asociado	Retroalimentación
ENTIDADES ESTATALES DE VIGILANCIA Y CONTROL	Calidad	Cumplir requerimientos de los Entes de control, vigilancia, supervisión. Cumplir obligaciones fiscales, laborales y de responsabilidad con el Estado colombiano.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de las obligaciones con los Entes de control y del Estado.	Normatividad legal vigente aplicable en Colombia.	Proceso Jurídico. Todos los procesos.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	SST	Cumplir requerimientos normativos de SST.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos normativos de SST.	Normatividad colombiana en materia de SST.	Proceso de Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	Ambiente	Cumplir requerimientos normativos Ambientales.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos normativos ambientales.	Normatividad colombiana en materia Ambiental.	Proceso de Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	Seguridad de la Información	Cumplir requerimientos normativos en materia de la Seguridad de la información y la protección de datos.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos de Seguridad de la Información y la protección de datos.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología Seguridad de la Información.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.

Parte Interesada	SIG	Necesidad	Expectativa	Requisito	Proceso Asociado	Retroalimentación
COMUNIDAD	Calidad	Información oportuna, veraz y confiable. Entretención Cumplimiento de la normatividad aplicable.	Valores de contenido. Desarrollo de iniciativas / proyectos de Responsabilidad social empresarial.	Normatividad legal vigente aplicable en Colombia.	Todos los procesos.	Estudio de materialidad.
	SST	Cumplimiento de la normatividad legal vigente aplicable a SST.	Responsabilidad por el cuidado y protección de los trabajadores en los sitios de trabajo.	Normatividad vigente aplicable en materia de SST.	Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Requerimientos de la sociedad. Peticiónes, quejas y reclamos.
	Ambiente	Manejo y uso eficiente de los recursos naturales.	Responsabilidad por la protección y cuidado del medio ambiente de la sociedad. Desarrollo de campañas ambientales con impacto en la sociedad.	Normatividad vigente aplicable en materia Ambiental.	Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Requerimientos de la sociedad. Peticiónes, quejas y reclamos.
	Seguridad de la Información	Salvaguarda y protección de la información.	Responsabilidad por la seguridad de la información y la protección de los datos personales.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología Seguridad de la Información.	Requerimientos de la sociedad. Denuncias, Peticiónes, quejas y reclamos.

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

► GRI 2-22



ACERCA DE NUESTRO INFORME

El 25 de septiembre de 2015 la Organización de Naciones Unidas definió una nueva agenda global de desarrollo para superar la pobreza, proteger el medioambiente y asegurar la prosperidad de todos los países. Dicha agenda consiste en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible —O.D.S.— con metas específicas que se deben alcanzar antes del 2030. Para lograrlo es necesario unir esfuerzos entre los gobiernos, la sociedad civil y las empresas privadas.

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

OBJETIVO

01



Fin de la pobreza

RCN Radio es una empresa con presencia en casi todas las regiones del país, caracterizadas por su riqueza, variedad cultural, social, y étnica que genera empleo en **43 ciudades** para más de **1400 trabajadores**.

OBJETIVO

02



Hambre cero

- ✓ Campaña de mercadeo social para concientizar a las audiencias sobre el desperdicio de alimentos en alianza con ICCO-Conexión y EatCloud.
- ✓ Sensibilización a los trabajadores para la compra de productos locales.
- ✓ Actividades e información que estimulan el consumo nutricional balanceado.

OBJETIVO

03



Salud y bienestar

- ✓ Programa radial sobre salud mental RCN Contigo en alianza con la Fundación Santa Fe de Bogotá.
- ✓ Clásico RCN Social - Campaña de prevención de cáncer de seno.
- ✓ Portal una Decisión de Vida, apoyo a mujeres en conflicto con su embarazo.
- ✓ Programas de bienestar, seguridad y salud en el trabajo con actividades orientadas a fomentar buenos hábitos y estilos de vida saludables, a la prevención de enfermedades y al cuidado de la salud integral. Involucra aspectos físicos, mentales, recreativos, deportivos, culturales.
- ✓ Seguimiento a los programas de vigilancia epidemiológica y salud del trabajador (cardiovascular, osteomuscular, visual, auditiva, vocal, salud mental).
- ✓ Programa anual de “auxilios psicológicos” orientado al cuidado de la salud mental para trabajadores, en algunos casos 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.
- ✓ 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 y muertes del trabajador son **0%**.

OBJETIVO

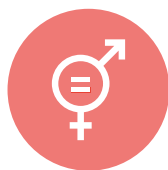
04

**Educación de calidad**

- ✓ Ajedrez al Parque.
- ✓ Apoyo a la Corporación La Carreta Literaria.
- ✓ Hay Festival de Cartagena, Medellín y Jericó.
- ✓ Programa de Becas Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres.
- ✓ Caminata de la Solidaridad.
- ✓ Taller de periodismo con enfoque étnico.
- ✓ En las emisoras y páginas información, noticias, entrevistas y programas educativos y culturales.
- ✓ Política educativa extensiva a trabajador, hijo, cónyuge. La empresa aporta el 50% y el trabajador el 50% restante en los niveles de pregrado, postgrado y maestrías.
- ✓ Política de formación y desarrollo de competencias para fortalecer competencias 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.
- ✓ Eventos de intercambio literario.
- ✓ Talleres de como escribir un cuento.
- ✓ Talleres de competencias comunicativas.
- ✓ Reedición de los libros propios de competencias comunicativas Redactor y Diccionario de Estilo RCN Radio.
- ✓ Auxilios educativos para los hijos: en todos los niveles educativos.

OBJETIVO

05

**Igualdad de género**

- ✓ Apoyo a Fundación Julie.
- ✓ Campaña para la eliminación de la violencia contra la mujer.
- ✓ Capacitación a periodistas sobre Migración y Género.
- ✓ En las emisoras y páginas información, entrevistas que buscan sensibilizar y concientizar a la audiencia y comunidad acerca de la igualdad de oportunidades y respeto a la mujer.
- ✓ Se tiene el propósito de que la planta de personal este conformada por lo menos por un 45% de mujeres. Actualmente la proporción en 40% mujeres, 60% hombres.
- ✓ Los procesos de selección y formación son incluyentes, tienen en cuenta las competencias requeridas para el cargo.
- ✓ Mediante comunicaciones internas se promueve la conciencia y buenas prácticas de equidad, respeto e inclusión.
- ✓ Políticas y divulgación de políticas de derechos humanos, inclusión.

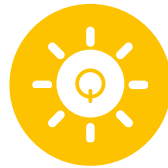
OBJETIVO
06



Agua limpia y saneamiento

- ✓ Campañas internas de buenas prácticas en el uso del recurso.
- ✓ Dispositivos implementados para el ahorro de agua: sensores.
- ✓ Reutilización de aguas lluvias.

OBJETIVO
07



Energía asequible y no contaminante

- ✓ Construcción del sistema de generación de energía renovable con **186 paneles** solares fotovoltaicos para 100kWp en el Transmisor de Manizales-Cerro de Oro, para ser auto-generadores y proveedores de energía sostenible.
- ✓ Fabricación de bombillas led de bajo consumo, en total fueron **303 para 91 torres**.
- ✓ Implementación del sistema STARLINK de transmisión para los eventos de ciclismo, utilizando al proveedor internacional de internet vía satélite STARLINK, de manera que se eliminan la mayoría de los puntos intermedios y repetidores: menos vehículos repetidores y menos combustible.
- ✓ Campañas de uso de movilidad sostenible como la bicicleta.

OBJETIVO
08



Trabajo decente y crecimiento económico

- ✓ Programa radial Tierra de Sueños orientado al campo.
- ✓ Premio a la Microempresa del Año 2023.
- ✓ Campaña de Mercadeo Social “La Minería Habla” de la Asociación Colombiana de Minería.
- ✓ Campaña Federación Nacional de Departamentos.
- ✓ Generación de trabajo en **43 ciudades** y más de **1400 contratos directos**, con cumplimiento de las leyes y normas colombianas en el pago y compromisos adquiridos con los trabajadores.
- ✓ Beneficios económicos extralegales con alcance a las familias.

OBJETIVO
09



Industria, innovación e infraestructura

- ✓ Empresa gestionada con principios sostenibles y de responsabilidad social empresarial con todas sus partes interesadas.

OBJETIVO

10



Reducción de las desigualdades

- ✓ Proyecto Integra de USAID – Territorios por la Integración.
- ✓ Taller a periodistas en Migración e inclusión.
- ✓ Premios Cartagena con Valores.
- ✓ Procesos documentados de talento humano incluyentes

OBJETIVO

11



Ciudades y comunidades sostenibles

- ✓ Apoyo Corporación Colombia Líder.
- ✓ Campaña sobre la restauración Ambiental del Canal del Dique en alianza con Sacyr.
- ✓ Campaña “La Minería Habla” de la Asociación Colombiana de Minería.
- ✓ Sello de sostenibilidad en máxima categoría, EXCELENCIA, otorgado por el ente certificador ICONTEC, con un puntaje de **92,32%**, en 2023.

OBJETIVO

12



Producción y consumo responsables

- ✓ Por política se evitan las compras de productos e insumos de plásticos de un solo uso y campañas de sensibilización en el mismo tema.
- ✓ Los ingresos generados por temas de disposición de reciclaje son donados a fundaciones.
- ✓ Puntos ecológicos para la disposición de residuos.

OBJETIVO

13



Acción por el clima

- ✓ Estrategia Megaland Sostenible.
- ✓ Clásico RCN Social – pedagogía sobre el reciclaje de aceite de cocina usado.
- ✓ Eco Podcast RCN.
- ✓ Sistema de gestión ambiental certificado por ICONTEC.
- ✓ Campañas de reducción y aprovechamiento de energía, agua, combustibles y correcta disposición de residuos.
- ✓ Medición huella de carbono.
- ✓ Flota de vehículos con tecnologías nuevas y disposición correcta de residuos de aceites, llantas, mantenimientos.

OBJETIVO

14



Vida submarina

- ✓ Campaña sobre la restauración Ambiental del Canal del Dique en alianza con Sacyr.
- ✓ Campañas dirigidas a los trabajadores para reducir el consumo de plástico y en particular los de un solo uso.
- ✓ Puntos ecológicos en las sedes para la correcta disposición de residuos.

OBJETIVO
16



Paz, justicia e instituciones sólidas

- ✓ Apoyo Corporación Colombia Líder.
- ✓ Programas en RCN Radio como Noches de la Libertad, Historias RCN.

OBJETIVO
17



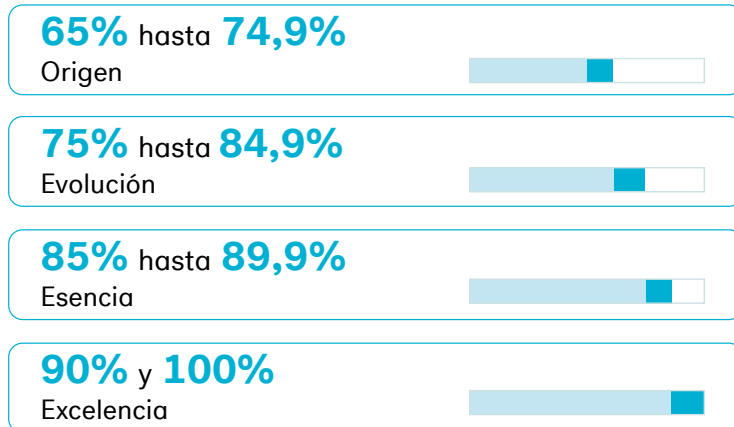
Alianzas para lograr objetivos







- ✓ Sello de sostenibilidad certificado por ICONTEC.
- ✓ Informe anual de sostenibilidad.
- ✓ Certificación de los sistemas de calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo.

SELLO DE SOSTENIBILIDAD

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

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



					
Año	Dimensión Estratégica	Dimensión Social	Dimensión Ambiental	Dimensión Económica	Resultado Categoría
2016		80%	73%	75%	Evolución 76%
2017		92,9%	83%	97,9%	Evolución 91,3%
2018		97,5%	81%	93,8%	Esencia 91%
2019		92,4%	85%	85,3%	Esencia 85%
2020-2023	95,5	93,5%	90,9%	90,8%	Excelencia 92,32%

INSTAGRAM

MUSICAL

PODCAST

PROGRAMAS

PÁGINA WEB

ACTIVACIONES



LIKE
RADIO



EN TU FRECUENCIA



GOBIERNO CORPORATIVO





GOBIERNO CORPORATIVO

▶ GRI 2-9, 2-10, 2-12

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

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO



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

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 determina las políticas de gestión y desarrollo de la Compañía.
- Se reúne mínimo 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 su misión y objetivos estratégicos.

COMITÉ EJECUTIVO Y ESTRATÉGICO



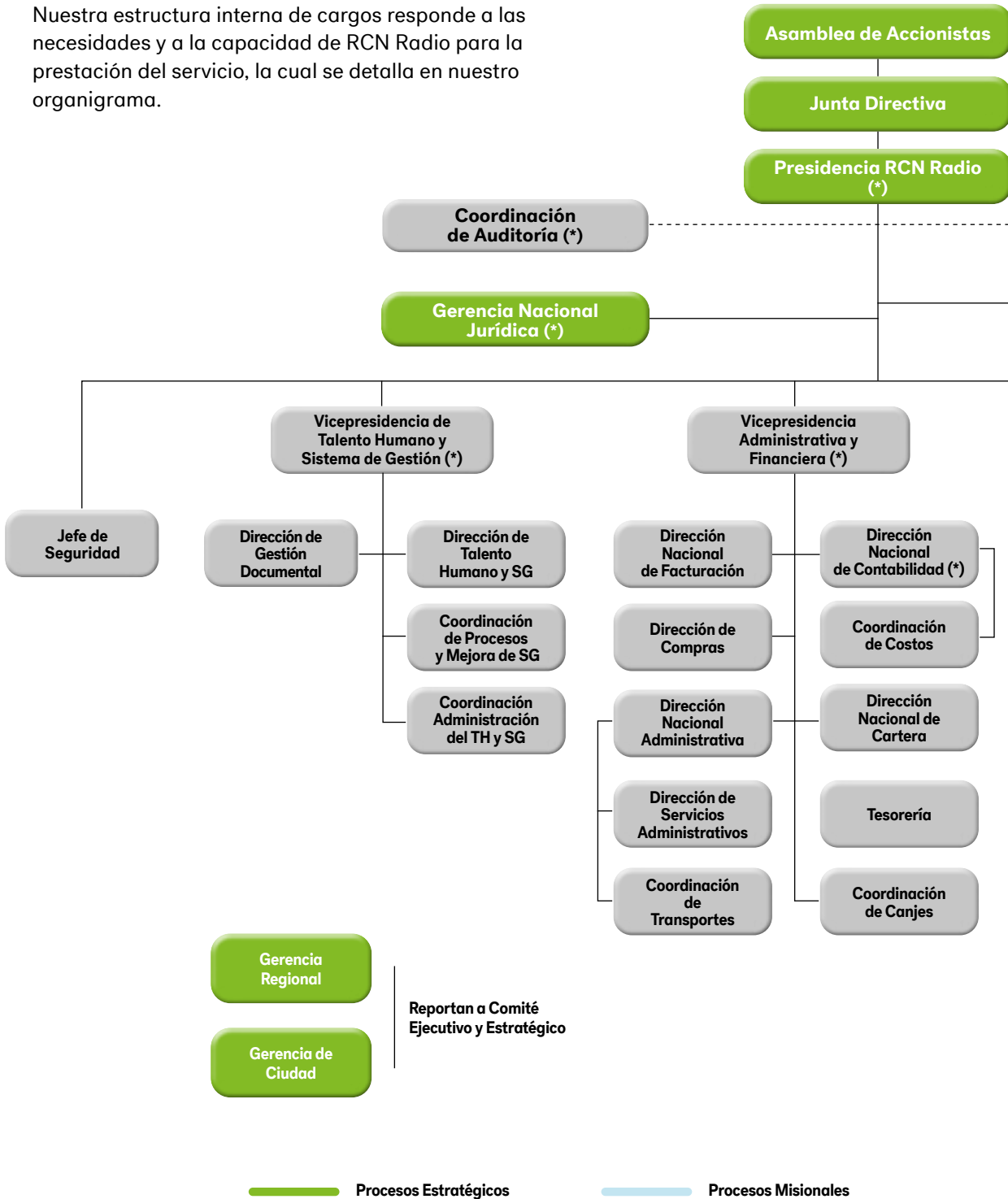
- Lo integran el Presidente y los líderes de procesos de la Cadena.
- Tiene como responsabilidades ejecutar las estrategias para el cumplimiento de los objetivos.
- Se reúne como mínimo una vez al mes.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

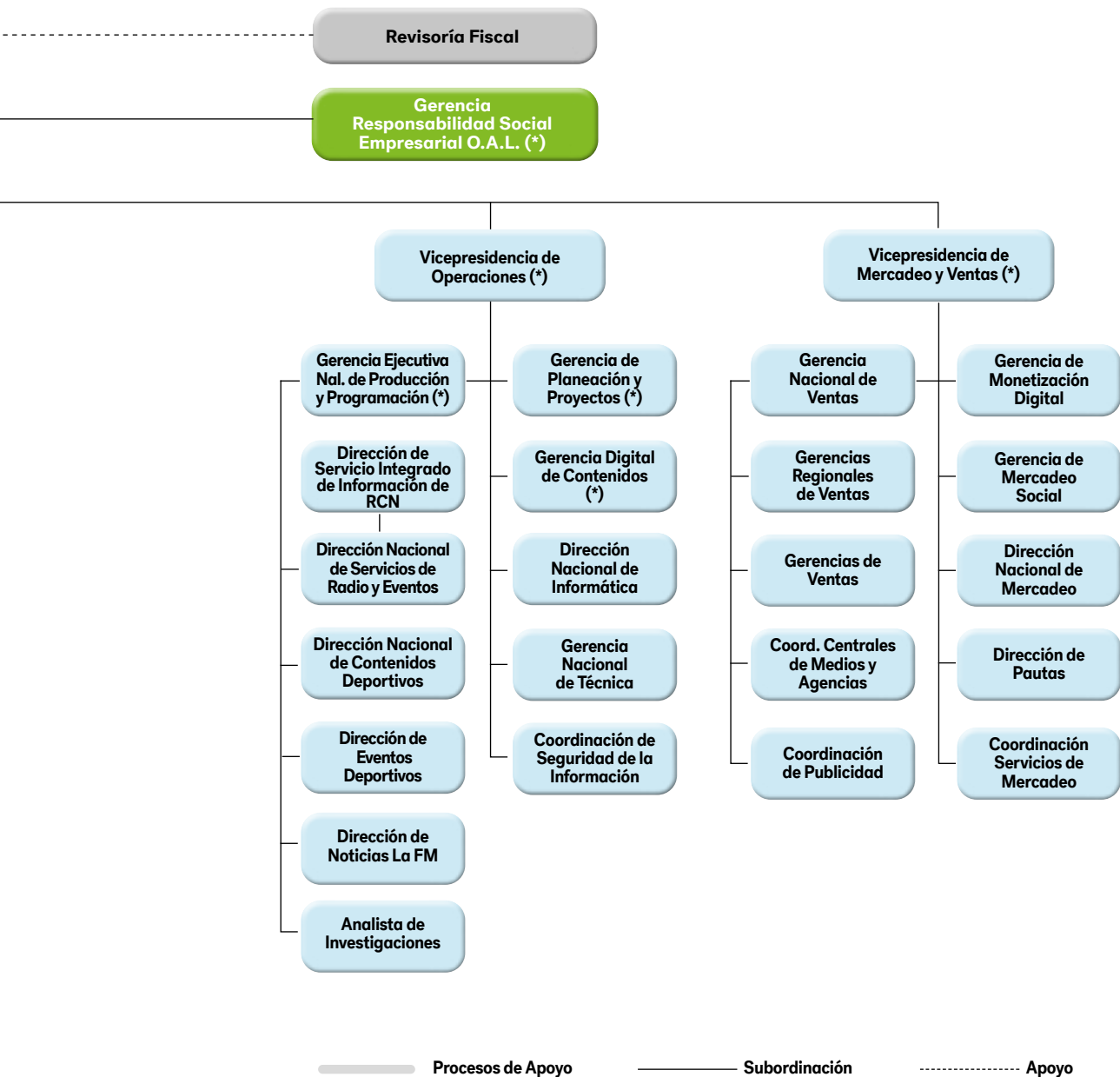
Organigrama General RCN Radio - Bogotá

ORGANIGRAMA ESTRUCTURA FUNCIONAL

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



(*) Integran el Comité Ejecutivo y Estratégico



MAPA DE PROCESOS

► GRI 2-6

PROCESOS ESTRATÉGICOS:

Direccionamiento Estratégico

- Gestión Planeación Estratégica
 - Gestión Jurídica
- Responsabilidad Social Empresarial

PROCESOS MISIONALES



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

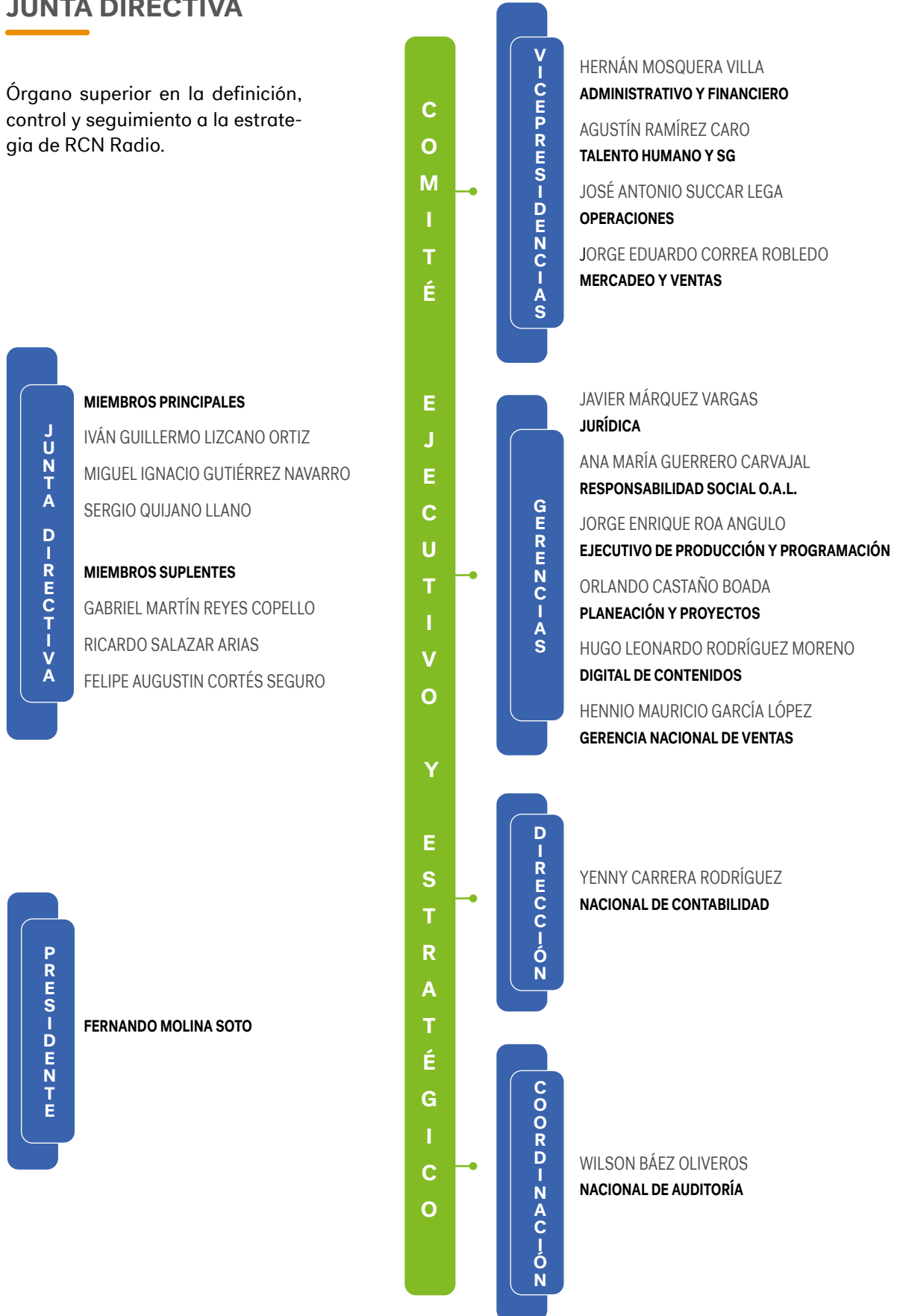
Gestión de Mejora Continua

- Auditoría
- Sistema Integrado de Gestión

SEGURIDAD

JUNTA DIRECTIVA

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





EN TU FRECUENCIA

RADIO
FANÁSTICA

CRECIMIENTO RENTABLE



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

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

El 2023 fue un año donde la economía mundial atravesó por tres grandes tendencias restrictivas: los estragos económicos del mundo post-covid, el estallido de una gue-

rra internacional entre Rusia y Ucrania con impacto global y la aceleración de la inflación mundial.

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

Sin embargo, en el año 2023, nuestros resultados dan muestra de una gran recuperación frente a los resultados del 2022. Es así como nuestros ingresos operacionales crecieron **un 6% frente el año anterior**.

► GRI 201-1

La facturación digital alcanzó un importante crecimiento del **10%** en el 2023 comparado con el año 2022.

Los ingresos Operacionales del año 2023 suman **\$ 181.639 millones**.

El valor total pagado por impuestos de Renta, ICA, Prediales, Valorizaciones, Vehículos y otros sumaron **\$ 40.565 millones**.



RCN RADIO - LIKE RADIO

Como personas, nos adaptamos e interactuamos con nuestro entorno. Hace más de siete décadas nos conectamos con la radio y hace más de 25 años comenzamos a interactuar con el mundo digital. Le damos "me gusta" a un video, una canción o una foto; le damos "like" a lo que nos identifica como personas.

La radio y el Audio de RCN Radio ahora vive en el mundo conectado de las personas. La nueva dinámica de la radio es moderna y poderosa, convirtiéndose en Audio para sorprender con contenido innovador.

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



PLATAFORMAS QUE SON ESCUCHADAS

► GRI 2-1, 2-6

La radio de RCN Radio se escucha a través de diversas plataformas. En Colombia, el 49% de la población utiliza tecnologías tradicionales como radios de pilas, grabadoras o equipos de sonido para sintonizar la radio. Además, el 42% de la población utiliza sus teléfonos celulares con conexión a Internet para escuchar la señal de radio. Un 32,9% de personas escuchan la radio desde un televisor inteligente, mientras que el 18,8% la

sintoniza en sus teléfonos celulares o tabletas, donde pueden acceder a señales de AM y FM. Por otro lado, los computadores se convierten en una alternativa de distribución con un 15,3% de usuarios. La señal de uno de nuestros productos o marcas de RCN Radio se encuentra disponible en múltiples plataformas de distribución donde hoy las personas interactúan.



FUENTE: Colombia EGM / TGI.



Las diferentes generaciones de personas encuentran en RCN Radio la emisora que une a nuestros líderes de opinión con contenido específico para cada una de estas generaciones. Nuestro objetivo es llevar noticias, entretenimiento, deportes y música a sus vidas.



Generación Alfa
(2011- hoy)

Generación Z
Centennials
(1996-2010)

Generación Y
Millennials
(1981-1995)

Gran Xennials
(1983-1977)

Generación X
(1961-1980)

Baby Boomers
X
(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

GENERACIÓN ALFA

GENERACIÓN Z

GENERACIÓN Y-MILLENNIALS

GEN XENNIALS

GEN X

GENERACIÓN BABYBOOMERS

GENERACIÓN SILENCIOSA





RCN Radio el grupo radial más grande de Colombia, interactuando mensualmente con **37.258.744 personas**.

- **DEMOSTRADO**

Con las fuentes de medición de audiencia como ECAR, Medias-tream, Google Analytics, Facebook Analytics, Instagram, YouTube y seguidores de redes sociales en X y Tik Tok.

Las cifras de audiencia están compuestas por **ECAR: 7.631.952 oyentes** en los últimos 30 días fuente ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) 2023.

- **STREAMING**

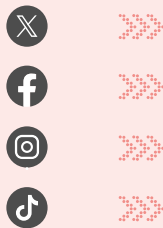
7.708.611 personas consumen radio por Medias-tream y **7.754.915 por YouTube** en diciembre 2023.

- **PORTALES WEB**

16.272.661 usuarios únicos, con datos de diciembre de 2023 según la fuente Google Analytics.

- **REDES SOCIALES**

12.393.440 seguidores en redes sociales hasta diciembre de 2023, con una nota que indica que se han eliminado duplicados basados en estudios We Are Social - Hootsuite. También se detallan cifras para Facebook, Instagram y Tik Tok.



1. Audiencia AUDIO

ECAR	STREAMING
7.631.952	7.708.611

OYENTES ÚLT 30 DÍAS
ECAR 3 2023

MEDIASTREAM U.U DIC 2023

STREAMING
7.754.915

YOUTUBE U.U DIC 2023

TOTAL AUDIO
16.376.924
Audiencia RCN Radio
Todas las marcas

2. Portales RCN Radio

16.272.661

USUARIOS ÚNICOS

OCT - DIC 2023 - GOOGLE
ANALYTICS

3. Marcas de Audio

REDES SOCIALES

SEGUIDORES REDES SOCIALES A DICIEMBRE 2023
DUPLICIDADES WE ARE SOCIAL - HOOTSUITE

12.393.440

11.730.376

4.472.951

1.186.349

(INCLUYE TODAS LAS CUENTAS NACIONALES Y LOCALES)

Frecuencia

Views diciembre

Hasta diciembre

18.227.942

↓ 87.194.344

Descargas/Escuchas

PLATAFORMAS COMO SPREAKER,
SPOTIFY Y APPLE PODCASTS

TOTAL
COMUNIDAD RADIO
37.258.744



FUENTES: ECAR 3 2023 12-69 Años Nacional, Google Analytics - Usuarios Unicos, MEDIASTREAM, Facebook, Analytics, Twitter, Instagram, Youtube, Total Comunidad No Incluye Views Ni Descargas/Escuchas.



CONVERSIÓN FUNNEL 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 producto.

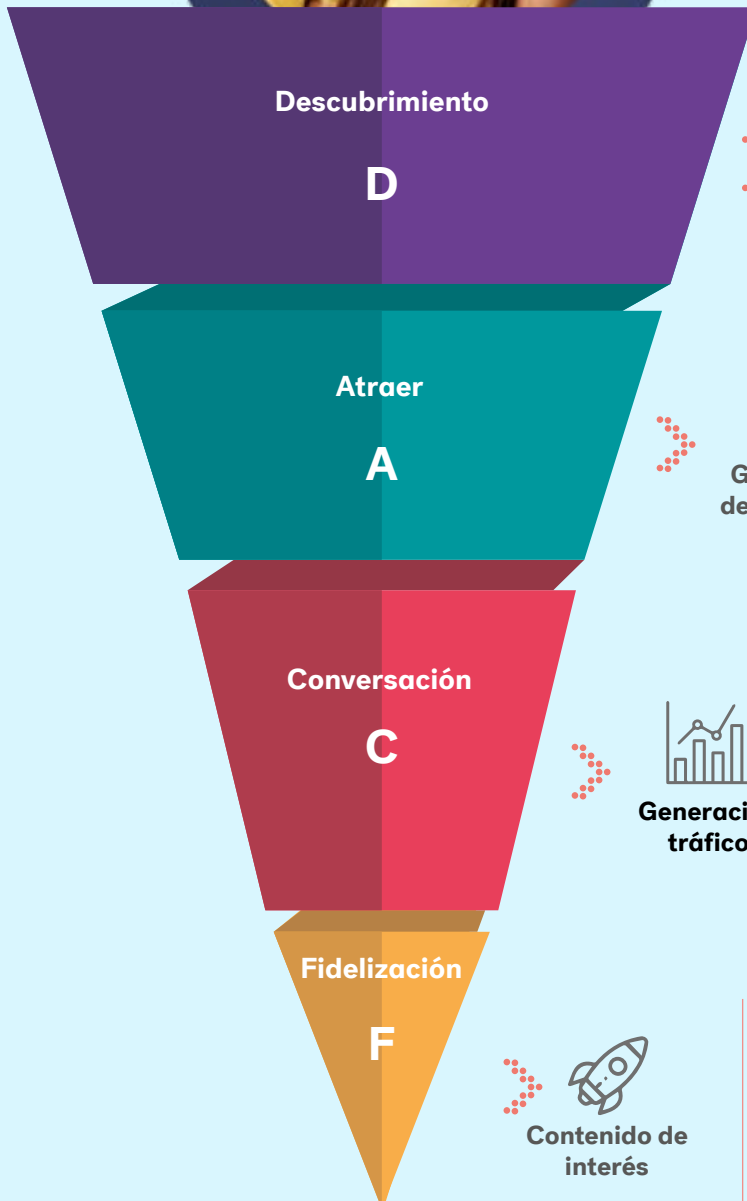
Este es seguido por la fase de "Atracción", que implica la creación de contenido relevante como artículos, infografías y contenido nativo para atraer al público objetivo.

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

Finalmente, el embudo culmina en la "Fidelización", donde se crea contenido de interés para la marca, con posibles llamados a la acción con programas de radio de la marca y este contenido personalizado se distribuye a través de WhatsApp, redes sociales, podcast, con el objetivo de mantener y profundizar la relación con el cliente.



Conversación Funnel KPI'S DE LAS MARCAS EMBUDO DE CONVERSIÓN



Descubrimiento

D



Conocimiento

- Radio.
- Programática.
- Portales.
- WhatsApp.

Atraer

A



Generación de Contenido

RCN casa productora de contenido

- Artículos.
- Líderes de Opinión.
- Infografías.
- Contenido Nativo.

Conversación

C



Generación tráfico

Comentarios de Clientes

- La recomendación de otros usuarios de confianza y seguridad.

Landing Pages

- Llevar a cada público el mensaje adecuado y captar su atención y contacto en pocos segundos.

Video e imágenes

- Contenido atractivo que nos ayude a convencer. Videos e imágenes integrados con texto.

Fidelización

F



Contenido de interés

- Call to action.
- Podcast.
- Contenido Video / Contenido personalizado distribuido WhatsApp.
- Trazabilidad ID – segmentación.

METODOLOGÍA IMA



Modelo estratégico de creación de conceptos, campañas y ofertas a partir de la necesidad de la marca.

1 ➤ **Objetivo**
Entender y hacer crecer el negocio del cliente.

2 ➤ **Entorno**
El ecosistema de cada una de nuestras marcas.

3 ➤ **Comprender**
Conocer el target a profundidad.

4 ➤ **Conexión**
La estrategia de comunicación y/o el concepto creativo.

5 ➤ **Camino**
Caminos que unen la estrategia generando ideas.

6 ➤ **Co-creación**
Proceso creativo bajo el contexto colaborativo.

7 ➤ **Seguimiento**
Ajustadas a los KPI'S de las marcas.

CRECIMIENTO RENTABLE





COCREANDO PARA SU MARCA



El reto brief



- Generación de contenido - branded content
- Formatos tradicionales
- Formatos innovadores
- Innovación en Producción



El poder de las Historias Rol Medio y Distribución

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



Total Comunidad Audiencia Audio



Conversión Funnel







Cocreando para su marca

Indica que diseñamos estrategias y campañas de comunicación integrales en RCN Radio para las marcas que conectan sus clientes de una manera memorable.

Trabajamos con la agencia creativa de la marca, su agencia de medios, su agencia de BTL, su agencia digital, nuestros directores de emisoras, nuestros creativos y nuestro equipo comercial.

Trabajamos para darle a la marca una solución creativa y efectiva.

Estructurada

IA Inteligencia Artificial.
ML Machine Learning.
DL Deep Learning.

No Estructurada

IAG Inteligencia Artificial. Generativa.

Semiestructurada

BIGDATA

- Arquitectura Empresarial.
- Data transversal, generando analítica y conocimiento.

- Programática.
- Contenido personalizado.



INTEGRACIÓN RCN RADIO

La integración de RCN Radio para 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), donde se planifica meticulosamente cada paso de la experiencia del consumidor desde la exposición inicial hasta la fidelización. Esto asegura que el contenido no solo atrae a la audiencia, sino que también logra un alto alcance y genere un compromiso a largo plazo.

El ecosistema de distribución de RCN Radio es clave, permitiendo a los anunciantes alcanzar segmentos a través de múltiples formatos y canales de distribución. 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 que garantiza relevancia y autenticidad, fortaleciendo los valores de la marca y alineando estos con los indicadores clave de desempeño (KPI's) del anunciante. Este enfoque no solo mejora la percepción de la marca, sino que también fomenta una lealtad de los consumidores, transformando el alcance de la radio y el audio en una potente herramienta de fidelización.



EN SU INTEGRACIÓN



CUSTOMER JOURNEY



DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO Ecosistemas RCN Radio



CONTENIDO

Definido por el consumidor curado por el medio y la marca.



COMUNIDADES DE PERSONAS

VALORES DE MARCA

FIDELIDAD

ALINEADOS KPI'S MARCAS



En el 2023, la inversión publicitaria de los anunciantes en Colombia totalizó **2.148.529** millones de pesos, distribuida entre medios como televisión, radio, revistas, publicidad exterior y prensa.

INVERSIÓN

PUBLICITARIA ACUM DIC 2023
2.148.529 Millones de Pesos

(TV, Radio, Rev, Pub Ext, Prensa)
 Variación **-4,5%** 2023 Vs. **2022 (-100,809 M)**

PUBLICITARIA NETA
 ACUM DIC 2022
2.249.338 MM Inversión

Fuente: Asomedios, AMI

SHARE INV MERCADO PUBLICITARIO ACUM DIC 2023

La radio el segundo medio de mayor inversión en el año 2023, por los anunciantes colombianos de los medios tradicionales.



La radio, con un **26.9%** del total de la inversión publicitaria en Colombia para diciembre de 2023, se mantiene como un medio relevante y efectivo para los anunciantes. Esta inversión significativa en radio destaca su valor dentro del mix de medios.

Las fortalezas de la radio incluyen su capacidad para alcanzar audiencias específicas a través de 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 que buscan establecer una conexión directa y constante con la audiencia. Además, su flexibilidad permite a los anunciantes ajustar rápidamente sus mensajes según las circunstancias cambiantes.

**INVERSIÓN PUBLICITARIA
 ACU DIC 2023
 \$2.148.529 MM**

Fuente: Asomedios



RCN Radio, con su extensa cobertura y cercanía en las diversas regiones de Colombia, cuenta con 9.893 clientes o anunciantes activos en el año 2023. Esta impresionante cifra se debe principalmente a la capacidad de llegar a una amplia audiencia a lo largo y ancho del país de RCN Radio, lo que ofrece a los anunciantes la oportunidad de dirigirse a mercados locales así como a la población nacional.

CLIENTES ACTIVOS 2023

La Radio en el año 2023,
genera planes de
comunicación a

9.893
Clientes





El Clásico RCN 2023 llega a su edición 63, 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 el número de espectadores, brindando un espacio deportivo, involucrándose en temas locales y dejando huella en todo su recorrido, mostrando a su paso cada kilómetro de nuestra geografía nacional.

RCN Radio, con su extensa cobertura y cercanía en las diversas regiones de Colombia, cuenta con 9.893 clientes o anunciantes activos en el año 2023. Esta impresionante cifra se debe principalmente a la capacidad de llegar a una amplia audiencia a lo largo y ancho del país de RCN Radio, lo que ofrece a los anunciantes la oportunidad de dirigirse a mercados locales así como a la población nacional.

PRINCIPALES CLIENTES

Banco Agrario
Gobernación del Valle del Cauca
Alcaldía de Medellín
Gobernación del Tolima
Gobernación de Antioquia
Alcaldía de Pereira
Alcaldía de Ibagué
Alcaldía de Cúcuta
Gov. Norte de Santander
Manzana Postobón





**VENTAS CLÁSICO
RCN 2023
2.964 Millones**



CRECIMIENTO RENTABLE



1

Modelo innovador de apertura de nuevos mercados (pymes)

2

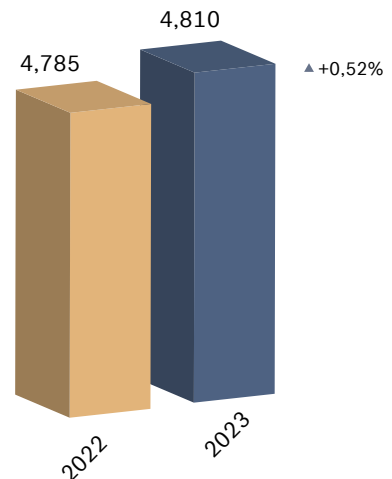
Planes ajustados al apoyo empresarial



FACTURACIÓN RUEDA DE NEGOCIOS 2022-2023



Rueda de Negocios es un segmento de clientes en el que RCN Radio se centra en las PYMES, con el objetivo de asesorarlas en la inversión en comunicación. Se generan planes de comunicación personalizados para cada pequeña y mediana empresa, acompañándolas en la construcción del mensaje y la producción de las cuñas, además de aportar conocimiento sobre el negocio o la empresa.





Exposhow es el evento más importante de la industria publicitaria de la O.A.L., donde se unen los medios Canal RCN, RCN Radio y el Diario La República, mostrando al mercado (anunciantes, agencias de medios, agencias de publicidad y aliados de las marcas) la fortaleza de nuestra integración, en contenido, en marcas, en nues-

tra sumatoria de audiencias y la invitación a todos los clientes, agencias y centrales para que cocreemos planes integrales de comunicación para sus marcas, ayudando a cumplir con sus objetivos y aportando de manera sustantiva en el ROI. Retorno a la Inversión.



expo**show** 2023


Al evento de Exposhow en el año 2023, nos acompañaron en la ciudad de Bogotá más de 760 personas que hacen parte de los representantes de clientes, centrales de medios o agencias de publicidad.

Asistentes	769
Ejecutivos Clientes	389
Ejecutivos Centrales	380
Charla Rigo	250

❖ 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 **90,6%** de la geografía nacional, tocando con alguno de nuestros productos o marcas a **47.238.496** colombianos. La comunidad de medios más importante del país.

En la integración de los diferentes medios de la Organización Ardila Lülle (audio, video y contenido), encontramos ecosistemas con su potencial de audiencias alcanzadas.

	Sin Duplicidad Personas	TOTAL COMUNIDAD VIDEO	44.596.312
	Sin Duplicidad Personas	TOTAL COMUNIDAD AUDIO	37.258.744
	Sin Duplicidad Personas	TOTAL COMUNIDAD CONTENIDO	6.689.667
Total Comunidad RCN Radio + Canal RCN + La República Sin Duplicidades		47.238.496	Llegamos Al 90.6% De la población Nacional. Pop. Dane 2023: 52.156.254
Fuente: Alcances Marginales TGI		PERSONAS AL MES	

ECOSISTEMA LA TIENDA GANADORA



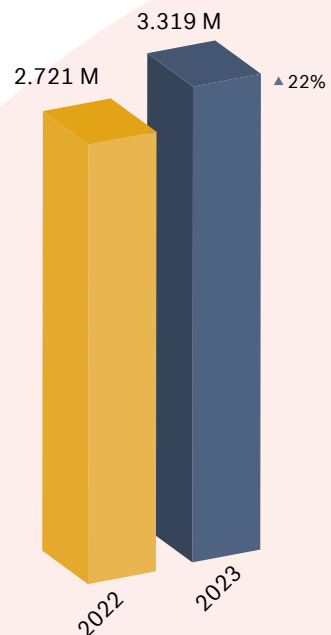
La Tienda Ganadora es un proyecto de comunicaciones y mercadeo que cuenta con un programa radial dirigido a tenderos y comerciantes con una permanencia de **29 años** en el sistema nacional de emisoras populares. Sin embargo, su fuerte radica en la realización de activaciones de marca, como caravanas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

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

FACTURACIÓN TIENDA GANADORA 2022-2023



RÉCORD DE FACTURACIÓN HISTÓRICA



INSTAGRAM

PAGINA WEB

PODCAST

PROGRAMAS

YOUTUBE

TRANSMISIONES

LIKE
RADIO



EN TU FRECUENCIA



CONTENIDOS RELEVANTES



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

VALORES DE CONTENIDO

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



Entretenimiento

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

VICEPRESIDENCIA DE OPERACIONES

El presente informe muestra un año de compromisos, proyectos, actividades y eventos, que contribuyeron de manera significativa al logro de los objetivos de la Cadena.

Durante el 2023 apostamos a la entrega de productos y servicios para satisfacer a nuestros clientes internos y externos, oyentes, anuncian-

tes y usuarios con un talento comprometido y el apoyo constante de la Compañía.

Las acciones adelantadas tuvieron muy buenos resultados, convirtiéndose en un importante estímulo para seguir avanzando en nuestro posicionamiento en el mercado.

PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

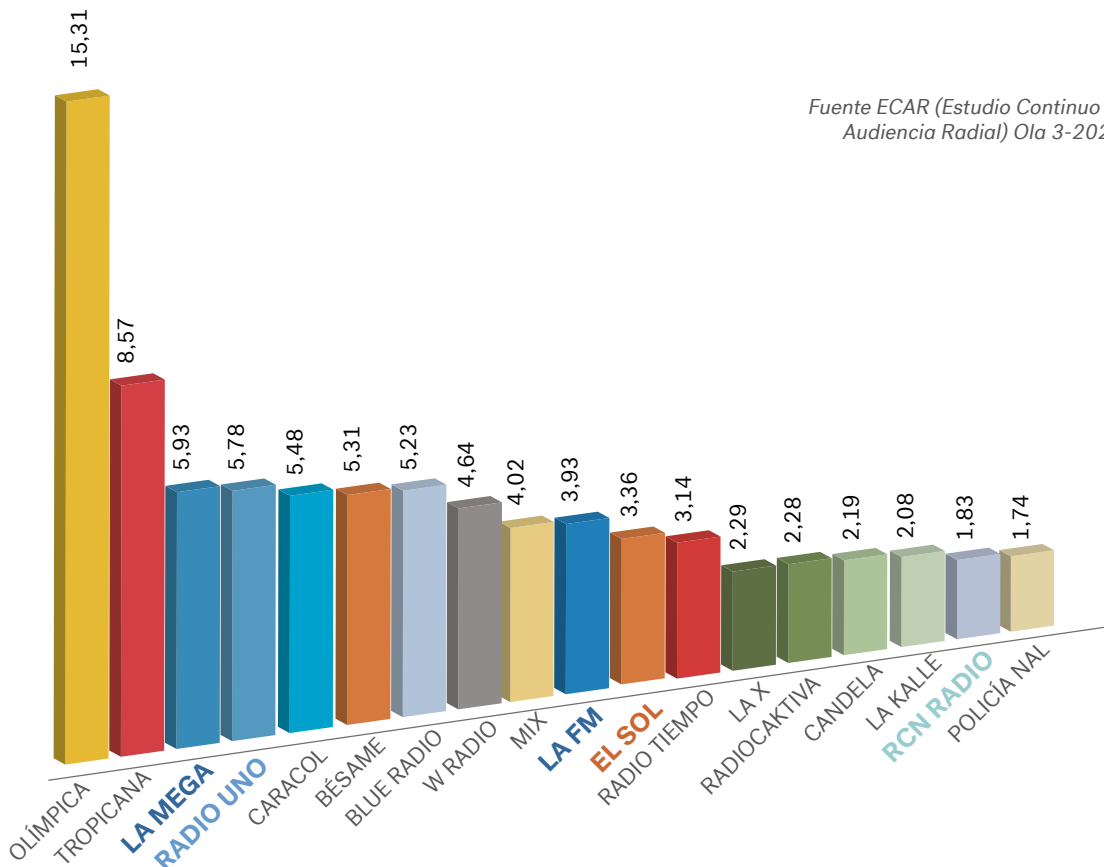
Principales resultados de la gestión:

Audiencia ECAR 2023

La penetración del medio sigue siendo una de las más fuertes a nivel Latinoamérica, donde **7** de cada **10 colombianos escuchan radio**; la Cadena RCN Radio obtiene el 23% del mercado.

SHARE DE AUDIENCIA POR SISTEMA NACIONAL

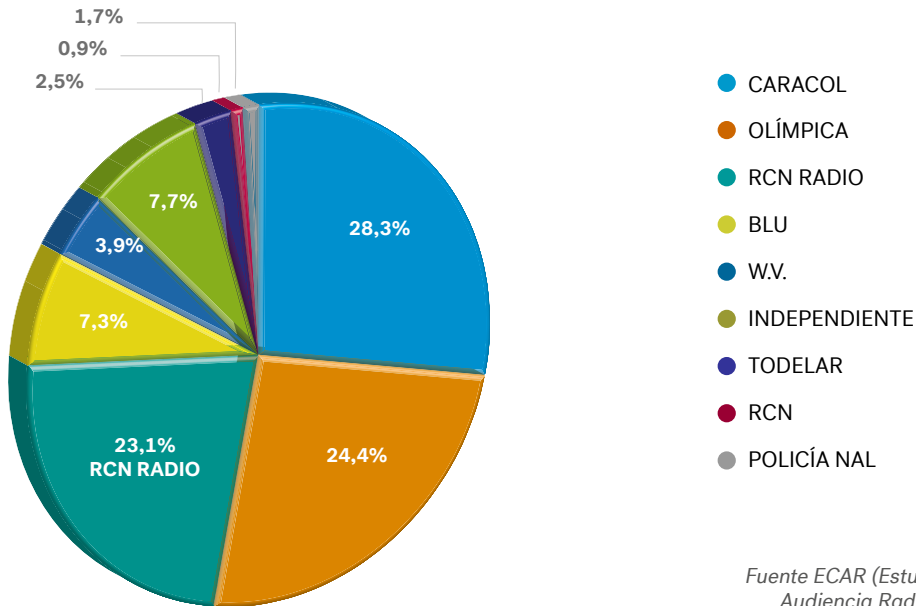
18 PRINCIPALES CIUDADES



Fuente ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) Ola 3-2023.

SHARE DE AUDIENCIA POR CADENA NACIONAL

18 PRINCIPALES CIUDADES



Fuente ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) Ola 3-2023.

LOGROS DE AUDIENCIA

- ✓ RCN es una de las 3 cadenas radiales más escuchadas en Colombia, con una participación del 23%.
- ✓ La FM de RCN es uno de los 2 noticieros con mayor audiencia en: Medellín, Barranquilla, Tunja, Manizales, Armenia e Ibagué.
- ✓ La FM de RCN es el primer noticiero de las mañanas en Barranquilla y Cúcuta.
- ✓ La Mega es una de las 2 marcas de radio más escuchadas en la audiencia joven entre los 12 y 35 años.
- ✓ Radio Uno es uno de los 3 sistemas crossover populares de mayor audiencia en Colombia.
- ✓ La Mega y Radio Uno son 2 de las 5 marcas más escuchadas en Colombia.
- ✓ En Medellín, la Cadena RCN ubica 4 de sus marcas en el top 10 de la plaza, siendo la Cadena con mayor número de emisoras en los primeros lugares.
- ✓ En Cali la Cadena RCN ubica 4 de sus marcas en el top 10 de la plaza, siendo la Cadena con mayor número de emisoras en los primeros lugares.
- ✓ En Pereira La Mega es la marca número uno en el público joven de la plaza.
- ✓ En Bucaramanga la Cadena consigue ubicar 2 de sus marcas (La FM y La Mega) en los 5 primeros lugares de la plaza.
- ✓ En Armenia 2 de las 5 primeras marcas de la plaza son de la Cadena RCN (La Mega y Radio Uno).
- ✓ En Cartagena La Mega es la emisora número 1 del público joven de la plaza.
- ✓ En Cúcuta 2 de las 5 marcas con mayor audiencia de la plaza corresponden a emisoras de RCN (Radio Uno y La Mega).
- ✓ En Ibagué 2 de las 5 primeras emisoras de la plaza corresponden a emisoras de RCN (Radio Uno y La Mega).

- ✓ En Pasto 1 de las 2 primeras emisoras de la plaza corresponde a la marca Radio Uno.
- ✓ En Popayán 1 de las 2 primeras emisoras de la plaza corresponde a Radio Uno.
- ✓ En Santa Marta 1 de las 3 primeras emisoras de la plaza corresponde a la marca Rumba Estéreo.
- ✓ En Tunja Radio Uno es la emisora número 1 de la ciudad.
- ✓ En Villavicencio 2 de los 5 primeros lugares de audiencia de la ciudad corresponden a emisoras de la Cadena (Radio Uno y La Mega).

CAMPAÑA 75 AÑOS DE RCN RADIO Y ACTUALIZACIÓN VESTIDOS SONOROS DE LA CADENA

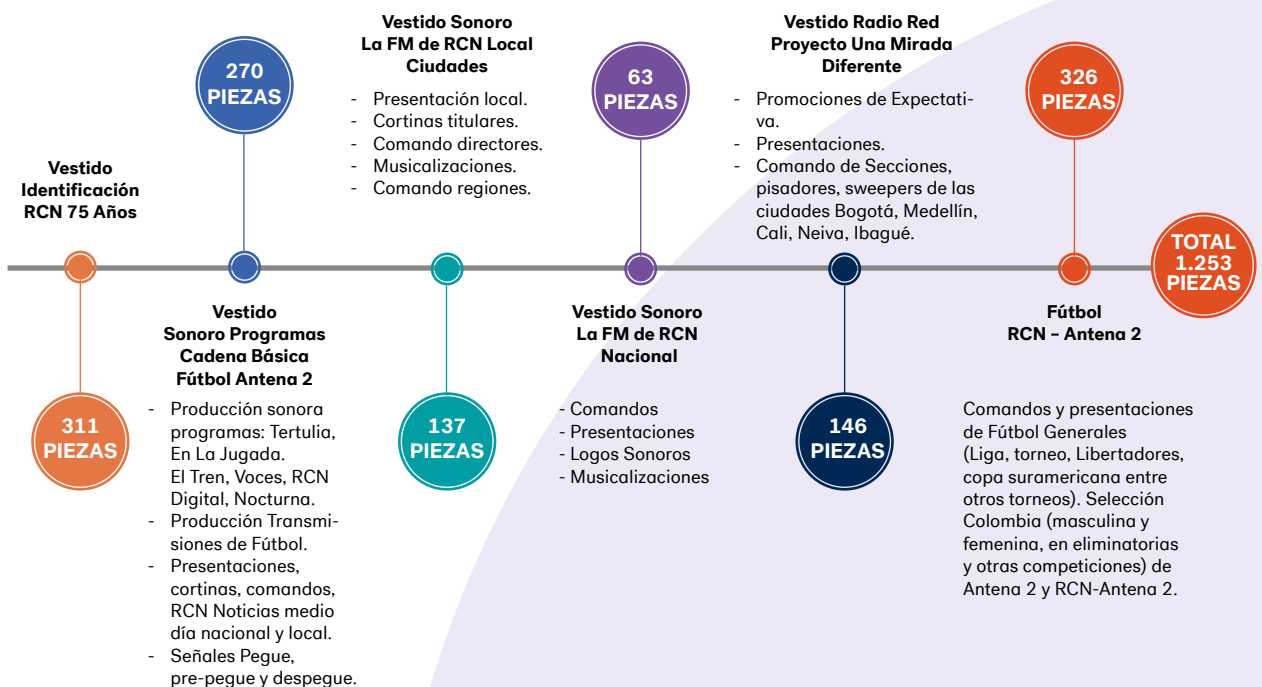
En torno a la celebración de los 75 años de RCN Radio, se buscó resaltar y fortalecer la imagen auditiva de la Cadena con diversas estrategias enfocadas en la creación de una nueva musicalización para el cambio de vestidos sonoros de los programas y espacios de RCN Radio, cambio de las identificaciones de las emisoras de todos los sistemas musicales, hablados y canales virtuales; cambio de pegues de cadena y el lanzamiento de la campaña “Hechos, personajes históricos y portafolio de la Cadena”.

Con la campaña “Hechos, personajes históricos y portafolio de la Cadena, se buscó resaltar y visibilizar los hechos históricos, personajes icónicos, productos radiales, digitales, eventos,

campañas sociales, portafolio de productos, tecnologías e infraestructura de la Cadena; las 30 piezas promocionales se desarrollaron bajo un concepto fresco, moderno, ágil, con voces jóvenes y un lenguaje cercano a nuestras audiencias, usando recursos sonoros del archivo de voces y con la musicalización hecha para ese fin.

De igual manera, se trabajó en el cambio de los vestidos sonoros de las transmisiones deportivas, añadiendo nuevos elementos para las transmisiones de fútbol, teniendo como objetivo el fortalecimiento y posicionamiento de las marcas RCN Radio y Antena 2, eliminando otras marcas y elementos distractores que afectan su recordación.

PIEZAS ELABORADAS



NUEVOS DESAFÍOS

La FM de RCN

La consistencia, el equipo y la marca de La FM consolidan el esfuerzo que durante años se ha venido construyendo día a día, esfuerzo que se ve reflejado en un constante y vertiginoso crecimiento en las audiencias en todas las emisoras que conforman el sistema, razón por la cual se estableció fortalecer y complementar tanto en el

número de emisoras como en algunos talentos del Sistema RCN Radio para así crear el espacio de mayor cobertura en Colombia.

En julio del año 2023 se puso en marcha este nuevo sistema de noticias llamado:

La FM de RCN



34 ciudades



47 emisoras con presencia en FM de las principales ciudades del país

Construyendo con esto, una marca competitiva frente a los más cercanos competidores.

La FM de RCN con Luis Carlos Vélez es un informativo tipo revista con opinión que se construye vía el diálogo entre los participantes. Reconocemos que la conversación es el instrumento más importante para acompañar, captar la atención y crear conexión con nuestras audiencias, con un concepto de radio moderna para un oyente competitivo, globalizado, educado y que aspira con un mejor vivir.

La FM de RCN se escucha igualmente por:

- ✓ Los canales de audio 991 y 992 de Directv.
- ✓ Los canales de audio de Claro música.
- ✓ Los portales y aplicaciones digitales de RCN Radio y afiliadas.
- ✓ Se transmite por video en la señal de Nuestra Tele Internacional de 6:00 a.m. a 7:00 a.m. que se difunde en Colombia por:
 - ✓ Directv canal 135.

✓ Claro Video canal 478

✓ Tigo canal 155

Con cubrimiento en las islas del Caribe, y los siguientes 24 países: Australia, España, Argentina, Aruba, Barbados, Bonaire, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Curazao, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Panamá, Puerto Rico, Perú, República Dominicana, Trinidad y Uruguay.

El nuevo informativo está liderado por Luis Carlos Vélez y una mesa conformada por reconocidos talentos como D'Arcy Quinn, Juan Lozano, Fernando Quijano Velazco, William Calderón Salazar, Santiago Ángel, Azury Chamah, Dominica Duque, Jesús Prado, Yanelda Jaimes y El Capi Romero Barliza. Como parte de este equipo, se cuenta también con la participación de Juan Carlos Iragorri en Madrid, María Molina en Washington, Diana Mateus en Miami, Marcos Morim en Caracas y los periodistas del Servicio Informativo nacional.



CAMPAÑAS

Por iniciativa del director de noticias Luis Carlos Vélez, en el mes de marzo se lanzó la campaña #GraciasHéroes la cual tuvo como finalidad honrar a miembros de la Fuerza Pública; más de

200 empresas del país se sumaron a la campaña para brindar diferentes beneficios a policías y soldados del Ejército Nacional.



Comercialmente, se participó en diversos conversatorios y emisiones especiales del noticiero con sus integrantes de mesa.

RADIO RED, UNA MIRADA DIFERENTE

El proyecto Radio Red, “Una mirada diferente”, surge teniendo en cuenta que en la frecuencia 970 AM en Bogotá se tuvo un noticiero con un buen posicionamiento como fue La Hora de la Verdad con el Dr. Fernando Londoño; se vio la oportunidad de aprovechar la marca y la frecuencia para crear un programa con una mesa

y roles muy distintos, como es la parte académica e intelectual de Juan Manuel Ruiz su director y un antagonismo filosófico y conceptual con el humor negro y la mirada distinta de Vladlo, acompañado de Yanelda Jaimes, Kelly Cabana, Carolina Castellanos y Hernando Romero Barliza.



El programa es un novedoso magazine informativo que a lo largo de 4 horas aborda temas de la vida diaria, derivados de las noticias y las conversaciones de la gente tanto en Colombia como en el mundo, provenientes de ámbitos como la salud, ciencia, economía, deportes, historia, geopolítica, gastronomía, animalismo, entretenimiento, cultura, entre muchos más, explicados de manera diferente y con una conversación novedosa y disruptiva.

Se diferencia de los otros programas de la mañana en que, en medio del tráfico informativo en el que vivimos hoy, con millones de noticias “bombardeando” a la gente, de muchos ámbitos y al mismo tiempo, se escogerán los temas del momento para abordarlos sin afán, con contexto, de manera amena, irreverente y divertida.

La emisión se realiza de lunes a viernes de 06:00 a 10:00 de la mañana por las emisoras Radio Red de Bogotá, Medellín, Cali, Ibagué, Neiva, Radio Uno Santa Marta y Las Carriñas Villavicencio y Santa Marta.



NUEVA ALTERNATIVA MUSICAL FIESTA 104.4

En sus 75 años y como parte de esta gran celebración, RCN Radio le quiso hacer un homenaje al género musical más representativo de los colombianos: El Vallenato, con una emisora 100% de música vallenata las 24 horas del día a través de los 104.4 FM en Bogotá.

Los amantes de este género musical tendrán en esta nueva emisora la oportunidad de escuchar las canciones, romances y vivencias históricas de los cantores y ejecutores magistrales del acordeón. Fiesta 104.4 será la emisora oficial del vallenato, con el que le estamos apostando a un género transversal y multicultural que llega a todas las edades y estratos económicos del país.

Al frente de este proyecto está Paulo Mix, co-creador a finales de los 90´s de un sistema



vallenato con 11 emisoras en las principales ciudades del país. Paulo fue en su momento talento al aire en la misma frecuencia 104.4 FM donde hoy nace Fiesta, a la vez era el estratégico, creativo y voz oficial de este sistema nacional.

El lanzamiento de la emisora se hizo el 26 de mayo y se realizó actividad conjunta con el Canal RCN en Mañana express.

MÚSICA Y ENTRETENIMIENTO

En el 2023 las emisoras musicales trabajaron muy activamente en la consolidación de su liderazgo en el mercado, fortaleciendo su presencia y posicionamiento mediante actividades enmarcadas en la realización de conciertos, concursos, fiestas, campañas sociales y mejorando el nivel y la calidad de los contenidos.



- ✓ Concurso Talento P “se buscan nuevos artistas para la música popular”.
- ✓ Estrategia 12 Semanas, 12 Causas.
- ✓ Vinculación de los humoristas Juan Carlos Machado y Juan Carlos Duque al elenco de talentos del Sistema Radio Uno.
- ✓ Concurso “La Risoterapia”.
- ✓ Conciertos: “Sírvalo Pues”, “Tigres del Norte”.
- ✓ Actividades: “El Artista en la sala de la casa”, “Radio Uno te da el mercado mes a mes durante el 2023”, “Bingo Concierto en el Royal Center”, “Radio Uno te paga 3 meses de arriendo”.



- ✓ Premios Nuestra Tierra 2023.
- ✓ Megaland 2023.
- ✓ Recorridos Paranormales con El Cartel de La Mega.
- ✓ Activaciones de marca con El Mañanero.



- ✓ Conciertos: Más Salsa.
- ✓ Viva la Salsa - La Noche De Sol - Bingo Concierto - Salsa All Stars - Solo Salsa.
- ✓ Emisora oficial de Salsa al Parque.
- ✓ Entrega de "Los Kits de El Sol".
- ✓ Video Podcast con artistas.















LÍDERES EN TRANSMISIONES DEPORTIVAS

El 2023 fue un excelente año para el entretenimiento Deportivo, con más de dos mil novecientos cuarenta y tres **(2.943)** horas de transmisión y **1.158** transmisiones realizadas para Antena 2 y el Sistema RCN Radio.

En La agenda deportiva tuvieron gran protagonismo los torneos y competencias que se disputaron en los diferentes escenarios de Colombia y el mundo, reuniendo al mejor talento deportivo de la Cadena; entre los más destacados:

Champions League, Copa Sudamericana, Copa Libertadores, Copa Mundial Sub-20, Amistosos de Colombia, Eliminatorias al Mundial, el fútbol nacional con la BetPlay en sus diferentes categorías, el ciclismo con el Tour de Francia, Giro de Italia, Vuelta a España, Clásico RCN; eventos de gran envergadura como fueron los Juegos Panamericanos, Juegos Nacionales, Juegos Centroamericanos y muchos más eventos que tuvieron cubrimiento y ocuparon gran parte de nuestras franjas deportivas.

FÚTBOL

871

Transmisiones

2,149

Horas de transmisión



- Liga BetPlay
- Torneo BetPlay
- Copa BetPlay
- Súper Liga BetPlay
- Torneo del Olaya
- Copa Sudamericana
- Amistosos de Colombia
- Suramericano Sub-20
- Eliminatorias al Mundial
- Copa Libertadores
- Copa Libertadores Femenina
- Especiales champions League
- Copa Mundial de Fútbol Sub-20 Femenino



CICLISMO

124

Transmisiones

421

Horas de transmisión



- Vuelta al Táchira
- Nacionales de Ciclismo en Ruta
- Vuelta al Tolima
- Vuelta al Sur
- Vuelta a Anapoima
- Vuelta a Colombia
- Vuelta a Antioquia
- Vuelta a Boyacá
- Clásico RCN
- Vuelta al Valle
- Giro de Italia
- Tour de Francia
- Mundial de ciclismo en pista
- Vuelta a España

OTROS EVENTOS

163

Transmisiones

373

Horas de transmisión

- Serie del Caribe de Béisbol
- Copa David
- Grand Prix de Patinaje
- Sub-20 de Atletismo
- Olimpiadas Fides
- Juegos Centroamericanos
- Juegos Mar y playa
- Media Maratón de Bogotá
- Carrera Atlética del Pacífico
- Juegos Panamericanos
- Juegos Nacionales



SERVICIOS DE RADIO Y EVENTOS

Servicios de Radio y Eventos Nacionales 2023			
Indicador	Cantidad	Aforo	Pesos
Giras Comerciales	77	123.240	\$973.466.124
Directos Bogotá	454	59.700	\$896.572.431
Alianzas	642	1.406.446	\$693.293.614
Concierto/Fiestas	184	765.492	\$683.431.874
Room Car	29	14.550	\$456.571.392
Ajedrez al Parque	16	2.400	\$404.183.697
Show Car	22	21.800	\$180.262.809
Directos	2118	1.735.045	\$160.759.000
Activaciones	1786	7.137.941	\$6.750.000
Giras de Contenido	130	91.430	\$6.700.000
Total General	5458	11.358.044	\$4.461.990.941

Cantidad de Eventos por Indicador			
Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Conciertos y Fiestas	69	177	184
G. Comercial	50	49	77
G. Contenido	45	72	130
Activaciones	1.317	1.489	1.786
Alianzas	766	639	642
Directos Bogotá	267	322	454
Directos	1.533	1.859	2.118
Ajedrez al Parque	20	3	16
Free Press	908	1.079	1.815
Room Car	20	71	29
Show Car	26	56	22
Monetización	4	1	-
Total	5.025	5.817	7.273

Aforo por Indicador			
Indicador	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Conciertos y Fiestas	154.721	704.942	765.492
G. Comercial	30.115	52.530	123.240
G. Contenido	16.220	56.350	91.430
Activaciones	1.343.145	3.113.266	7.137.941
Alianzas	560.324	1.002.181	1.406.446
Directos	311.560	418.412	1.794.745
Room Car	8.750	38.500	14.550
Show Car	14.000	73.400	21.800
Free Press	135.950	155.661	849.985
Monetización	4	1	-
Ajedrez al Parque	2.360	1.500	-2.400
Total	2.577.149	5.616.743	12.208.029









ACTIVIDADES DE CAMPO Y EVENTOS

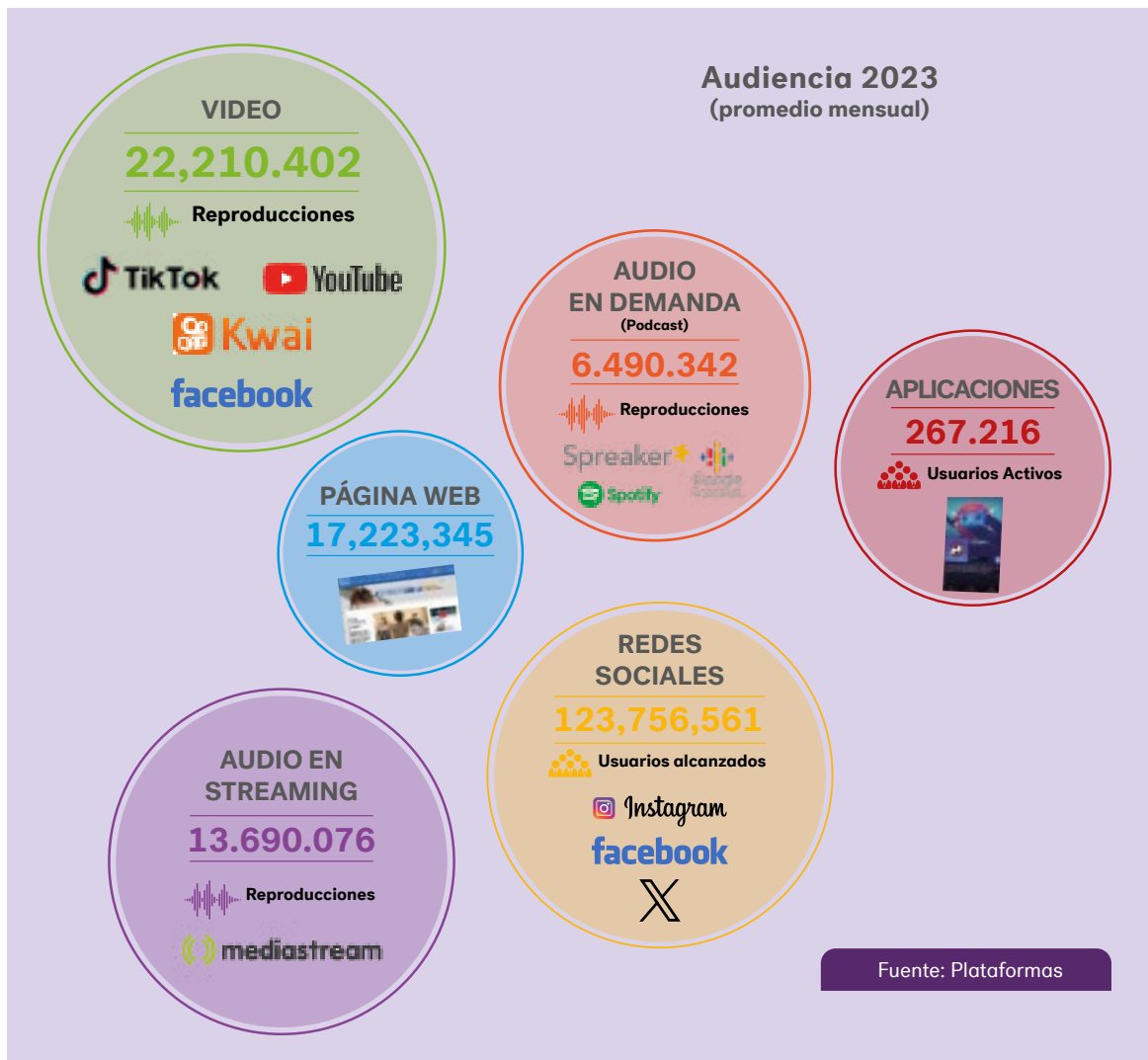




DIGITAL

El área digital de la Empresa tuvo un año 2023 exitoso, alcanzando los objetivos establecidos en el plan de acción. Los logros más destacados fueron los siguientes:

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. 	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.	Para aumentar el alcance en redes sociales, el área digital implementó una nueva estrategia de contenido que se centró en la creación de contenido de valor para las audiencias objetivo de la Empresa. Además, optimizó sus perfiles de redes sociales para aumentar su visibilidad.
 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. 	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.	En el caso de las reproducciones de video, produjimos contenido de video de alta calidad que era relevante para sus audiencias objetivo.
 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. 	Este crecimiento se debe al lanzamiento de nuevos podcasts y al aumento de la promoción de los podcasts en las redes sociales.	Un hito clave en 2023 fue la implementación de una estrategia para aumentar las reproducciones de audio en demanda. Se lanzaron 10 nuevos podcasts que eran de interés para las audiencias objetivo, los cuales contaron con una estrategia de difusión en redes sociales para llegar a un público más amplio.
 Usuarios activos en aplicaciones de audio.	 Aumento	<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios activos en aplicaciones de audio de la Empresa alcanzaron los 267.216, un aumento del 40% con respecto al año anterior. 	Este crecimiento se debe a la mejora de la experiencia de usuario de las aplicaciones y al lanzamiento de nuevas funciones, especialmente la consolidación de RCN Mundo.	Hubo un importante aumento de los usuarios activos en aplicaciones de audio, especialmente en RCN Mundo que fue lanzada en 2022, pero que tuvo su año de consolidación en 2023.



INFORMÁTICA

La digitalización y automatización de los procesos con tecnología de última generación proporcionan información y servicios para establecer estrategias sostenibles efectivas. La adopción de tecnologías digitales en la Empresa puede

facilitar la transformación organizativa hacia la sostenibilidad y unas prácticas más responsables. La sostenibilidad puede ayudar a la Organización a reducir riesgos, disminuir costes y mejorar los resultados empresariales.

✓ Los hechos destacados en el 2023 fueron los siguientes:

1. Certificación en seguridad de la información ISO 27001:2013

La certificación en seguridad de la información por el ente certificador ICONTEC permite a la Empresa aplicar buenas prácticas para reducir y minimizar los riesgos en la información y en los servicios tecnológicos.

2. Proyecto CRM (Customer Relationship Management)

Con este proyecto se integran la gestión de ventas, los servicios y el marketing con el propósito de agilizar los procesos empresariales, conectando todo a la nube de datos, y facilitando así la integración y disminuyendo costos de operación.

3. Proyecto nómina - Talento Humano

Este proyecto de actualización es un sistema que permite la entrada a la estrategia digital ayudando a la productividad del proceso de Talento Humano, automatizando tareas y ofreciendo servicios en la nube que beneficiará directamente a todos los funcionarios y al clima organizacional de la Cadena, mejorando el impacto social, entre otros, y prestando servicios modernos a través de dispositivos móviles, integrando ciudades, y mejorando la comunicación y tiempos de respuesta.

4. Migración de la infraestructura a la nube

Este trabajo permitirá usar menos servidores y recursos físicos que demandan mantenimientos, uso de suministros y generación de desechos tecnológicos, donde se puede reducir el consumo de energía y la huella de carbono.

5. Investigaciones nuevos proyectos

Analítica La Big Data y la Analítica contribuyen al desarrollo sostenible ya que tratan de reunir, cruzar y relacionar datos procedentes de diferentes fuentes, ya sea de componentes físicos, de comportamiento social, actividad humana, transacciones que pueden dar como resultado el conocimiento de vulnerabilidades, resiliencia en diferentes situaciones, mejor aprovechamiento y uso de los recursos humanos, físicos y tecnológicos, menores costos y toma de mejores decisiones informadas, teniendo en cuenta la sostenibilidad de nuestra Empresa y el planeta.

ERPs Administrativos: sistemas de uso como servicio en la nube que optimizan recursos, bajan costos e integran y automatizan.



CONTENIDOS RELEVANTES

Durante el 2023 seguimos aprovechando cada oportunidad para contribuir al desarrollo del país a través de nuestras emisoras y activos digitales. Continuamos el apoyo a proyectos culturales de alta calidad y las alianzas con entidades públicas, privadas y de cooperación internacional para aumentar el impacto social de nuestros contenidos.

Con respecto a los proyectos de movilización social, liderados por responsabilidad social y mercadeo social resaltamos los siguientes:



UNA DECISIÓN DE VIDA

El portal www.unadecisiondevida.com fue creado en 2007 con el fin de brindar orientación a mujeres en conflicto con su embarazo. El portal 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, bien sea que decidan asumir su rol como madres o tomen la decisión de entregar a sus hijos en adopción.

Durante el año 2023 el portal creció significativamente alcanzando **158.619 visitas** en comparación con el año 2022 que recibió 140.655. Asimismo, en el 2023 **se recibieron más de 2.300 mensajes** en las diferentes líneas de atención como WhatsApp, correo electrónico, Instagram y Facebook. Una Decisión de Vida trabajó de la mano de **11 fundaciones** impactando el proyecto de vida de muchas madres en el país.

Para este año la página se incluyó en el guión de la novela "Ana de Nadie" del Canal RCN, lo cual produjo un aumento del **61%** en las visitas diarias durante los días en los que la iniciativa fue mencionada.

También se contó con mensajes del talento RCN para invitar a las madres a formar parte del proyecto.





XIII TORNEO DE GOLF JUAN PABLO GUTIÉRREZ CÁCERES

Desde hace **15 años** la Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres brinda becas a jóvenes de recursos limitados en Colombia, guiados por la convicción de que la educación es el medio más poderoso para transformar la sociedad. En RCN Radio compartimos la visión de la Fundación y en 2023 apoyamos cada uno de sus eventos de recolección de fondos.




CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

En RCN Radio somos conscientes de la necesidad de derribar las brechas de género. Por esa razón retomamos la campaña en alianza con el Canal RCN para combatir el machismo y la violencia contra las mujeres. La campaña promovió un mensaje de concientización frente a las situaciones de violencia que viven las mujeres y que están normalizadas en nuestra cultura. También hicimos un llamado a las personas a informarse sobre las líneas institucionales de atención y denuncia que existen a nivel nacional.



MEGALAND SOSTENIBLE

Por segundo año consecutivo el Megaland asumió el reto de ser un festival responsable con el medioambiente.

Desde RCN y en alianza con NOMO WASTE, realizamos una campaña de reciclaje y disposición adecuada de residuos con la implementación de eco guardianes y puntos de separación demarcados en la zona VIP del Festival. Estos puntos estuvieron acompañados de activadores quienes realizaban pedagogía a los asistentes sobre la disposición adecuada de la basura.

De la separación del material se encargó Aso Ecología Verde, una organización de recicladores, que logró recuperar 2 toneladas de residuos aprovechables, de los cuales el 58% fueron plásticos, el **18% papel** y un **10% cartón**.





FUNDACIÓN JULIE

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

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

RCN CONTIGO



RCN CONTIGO

Con el fin de atender la crisis de salud mental que está sufriendo la sociedad colombiana, en gran parte como consecuencia de la pandemia, decidimos retomar el programa de radio RCN Contigo, en alianza con la Fundación Santa Fe de Bogotá.

Con esta iniciativa buscamos ayudar a combatir el estigma social que existe alrededor de las condiciones de salud mental y contribuir con el bienestar emocional de nuestra audiencia. De la mano de expertos de la Fundación Santa Fe de Bogotá, RCN Contigo ofrece un espacio amigable para hablar de este tema de una manera sencilla y cercana, y para resolver las inquietudes de los oyentes. El programa sale al aire a nivel nacional por la Cadena Básica todos los sábados a las 11 a.m.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA DE CARTAGENA



Como ya es tradición, la Organización Ardila Lülle apoya cada año el Festival Internacional de Música de Cartagena que para 2023 tuvo como temática “El Canto de la Tierra. Música entre nacionalismo y cosmopolitismo en el siglo XIX”.

Entre el 5 y el 13 de enero se realizaron 26 conciertos de los cuales 8 fueron gratuitos en 5 escenarios de la ciudad. Durante los 9 días del festival 168 artistas deleitaron a los más de 11.700 asistentes que disfrutaron de la oferta musical. Así mismo, se desarrollaron 10 clases magistrales que les permitieron a los estudiantes de música de todo el país aprender de los mejores intérpretes del Festival.

La versión XVII del Cartagena Festival de Música permitió a cartageneros y visitantes acercarse a profundidad a piezas que demostraron cómo la música aportó a la definición de la identidad de varias naciones de Europa del Este. Así como también hubo un espacio dedicado a la producción colombiana, con una selección de obras de los más importantes autores nacionales de la música de cámara.



Fotos: cortesía Cartagena Festival de Música.

El Teatro Adolfo Mejía, el Palacio de la Proclamación, a Universidad de Cartagena, el Claustro de La Merced y el Centro de Convenciones fueron los escenarios de los conciertos que vibraron con las composiciones de Chopin Tchaikovski, Liszt, Mussorgsky y Smetana.

Asistentes	1 1.769 personas
Artistas	119 artistas nacionales y 30 artistas internacionales
Eventos	28 conciertos de los cuales: • 8 fueron conciertos gratuitos
Transmisiones	14 transmisiones • 4 6.425 visualizaciones



HAY FESTIVAL

El Hay Festival en Colombia se celebró del 20 al 29 de enero del 2023, en Jericó, Medellín, Cartagena y Barranquilla, con una completa agenda sobre los temas de mayor relevancia para el mundo.

Contó con la asistencia presencial de más de **54.000 personas** y una audiencia digital de **150.000 asistentes**.

Este Festival contó con más de **200 invitados** de **21 países**, entre ellos **5 premios nobel**: Abdulrazak Gurnah (Nobel de Literatura), Serge Haroche (Nobel de Física), Maria Ressa y Olesksandra Mtviiichuk (Nobel de Paz) y Joseph Stiglitz (Nobel de Economía). Durante 10 días los asistentes pudieron disfrutar de 150 actividades que convocaron a públicos de todas las edades, orígenes e intereses, quienes compartieron el gusto por la cultura, la diversidad y la inclusión, de la mano de los mejores novelistas, filósofos, periodistas, actividades, científicos, entre otros.

En el campo internacional se destacó además la presencia de las británicas Bernardine Evaristo, Racheek Cusk, el francés Jean-Baptiste de la Amo, la galardonada italiana Giovanna Giornado, la iraní Parinoush Saniee, Leonardo Padura (Cuba), Alia Trabucco (Chile), Olga Montero Rose (Perú) y Mariana Travacio (Argentina).

En la quinta edición del **Hay Festival Jericó** se realizaron **24 actividades** con más de **40 autores invitados** que durante tres días generaron conversaciones alrededor de temas relevantes y coyunturales. Para esta versión, 10.000 personas disfrutaron de los talleres, charlas, proyecciones de cine y música.

Este año 2023 en el Hay **Festival Medellín** más de **5.500 personas** participaron en conversaciones sobre la identidad, la raza, el eco-feminismo, la diversidad alimentaria entre otros.



Fotos: cortesía Hay Festival.

Espectadores Presenciales	54 personas.
Espectadores Virtuales	150.000 asistentes digitales.
Escritores e Invitados	200 procedentes de 21 países.
Eventos y Actividades	150 entre el programa general, el Hay Joven y el Hay Festival Comunitarios.

LA CARRETA LITERARIA

La iniciativa “La Carreta Literaria” lleva 16 años promoviendo la lectura por placer en públicos de todas las edades en los municipios de Bolívar y en varias ciudades de Colombia.

Durante el 2023, La Carreta visitó 27 municipios de Bolívar en los cuales donó libros y tabletas electrónicas para las bibliotecas municipales y realizó 80 talleres de lectura en voz alta para niños de la primera infancia. Asimismo, partici-

pó en cuatro ferias de libros nacionales (Bogotá, Santa Marta, Pereira y Barrancabermeja) y una internacional en Panamá. También La Carreta estuvo presente en el Hay Festival 2023 y visitó seis municipios de Bolívar con el Hay Comunitario.

Desde RCN Radio apoyamos los recorridos de La Carreta Literaria convencidos de la importancia de la lectura para el proceso educativo de los niños.



Fotos: cortesía Corporación La Carreta Literaria



FESTIVAL NACIONAL DE MÚSICA COLOMBIANA

Del 13 al 20 de marzo se realizó el encuentro de músicas de las regiones, con una programación que convoca al público a que escuche los mejores duetos, agrupaciones, orquestas y coros, en marco del Festival Nacional de la Música Colombiana en Ibagué.

Esta edición contó con la participación de artistas invitados como Herencia de Timbiquí, Puerto Candelaria, Katie Jaimés, entre otros. Como todos los años, desde RCN Radio apoyamos la difusión del festival convencidos de su importancia en la preservación del patrimonio musical del país. Nuestra contribución estuvo enfocada en pauta radial en diferentes emisoras como RCN Radio y La FM a nivel nacional.

37 Festival Nacional *de la*
MÚSICA
Colombiana
Patrimonio Cultural y Artístico de la Nación



AFROCOLOMBIANIDAD
AGENTES DE CAMBIO
INNOVACIÓN SOCIAL
SOLIDARIDAD
SOSTENIBILIDAD
RESILIENCIA

PREMIOS CARTAGENA *con Valores*

RCN RADIO mutualser

Si tienes un proyecto que mejora la calidad de vida de los cartageneros

jinscríbete!

en nuestro portal de RCN:
<https://www.alertacaribe.com/>

»Contáctanos:
premioscartagenaconvalores@rcnradio.com.co
»Celular: 3215382219

mutualser SPEC LNG Termo candelaria Surtigas

ARGOS GRUPO PUERTO DE CARTAGENA Contecar UNIVERSIDAD LIBRE

Idertbol Bolívar primero

CARTAGENA CON VALORES

En *Cartagena con Valores* premiamos las iniciativas sociales que impactan de forma positiva a las comunidades de la ciudad. Este año las categorías fueron resiliencia, solidaridad, innovación, sostenibilidad, afrocolombianidad y agentes de cambio.

Cada iniciativa ganadora recibió \$5.000.000 para seguir invirtiendo en su proyecto social. Desde RCN Radio le apostamos a visibilizar siempre a todos los héroes anónimos que trabajan en las comunidades por los demás sin esperar nada a cambio.

CAMINATA DE LA SOLIDARIDAD



Con el apoyo de RCN Radio se realizó el 27 de agosto la edición número 45 de la Caminata de la Solidaridad que ha beneficiado con sus programas a más de 5 millones de colombianos. Para este año la Fundación Solidaridad por Colombia decidió innovar en su formato y el evento comenzó con una carrera atlética de 3km, 5km y 10km. Después continuó con el tradicional desfile de carrozas y comparsas, y con un festival de música que contó con artistas nacionales y experiencias para niños, jóvenes y adultos.

Desde RCN Radio apoyamos la difusión y convocatoria de esta edición del festival convencidos de la transformación social que genera esta fundación a través de sus líneas de acción: educación infantil y superior; ciudadanía, movilización e impacto; recuperación y reconstrucción de comunidades; nutrición y vida saludable e innovación social.

FESTIVAL MONO NÚÑEZ

El Festival de Música Andina Mono Núñez cerró su edición número 49 en Ginebra, Valle. El evento se realizó del 8 al 11 de junio y desde RCN Radio apoyamos su divulgación a nivel nacional con pauta en las diferentes emisoras de la Cadena.

El festival dejó grandes ganadores en la categoría Instrumental, Mejor Solista Vocal, mejor dueto vocal, entre otros. Además, el festival apoyó la promoción de talentos nacionales e internacionales representantes de la música folclórica de todo el continente, promoviendo así la cultura andina y latinoamericana.

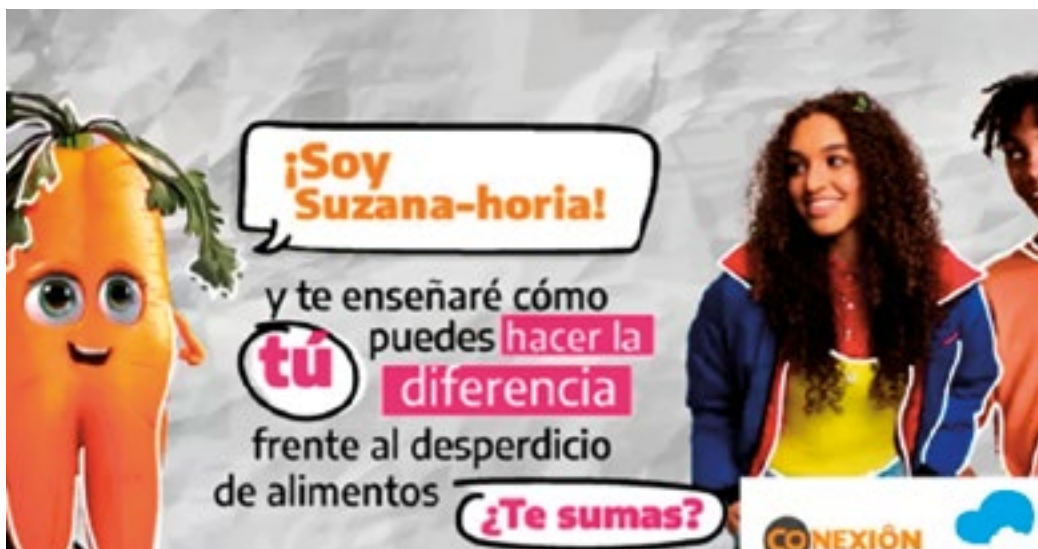


Imagen de: ICCO CONEXIÓN.

DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Mientras en Colombia se desperdician 9.7 millones de toneladas de alimentos al año, un gran porcentaje de la población vive en inseguridad alimentaria, es decir que no alcanza a cubrir sus necesidades nutricionales diarias. Ante esta situación, nos unimos a la campaña liderada por ICCO-Conexión y EatCloud para concientizar a las audiencias sobre el desperdicio de alimentos.

A través de diferentes contenidos como el personaje pedagógico “Suzana-horia” que personifica los alimentos imperfectos, pero funcionales, ICCO Conexión, EatCloud y RCN Radio impactaron a las diferentes audiencias incentivando la recuperación y el aprovechamiento de los alimentos.



AJEDREZ AL PARQUE

Desde el año 2007 en RCN Radio hemos promovido la práctica del ajedrez en niños y jóvenes, convencidos de que este deporte estimula su mente y fortalece su pensamiento crítico y estratégico. En 2023 realizamos 16 jornadas que contaron con 1.600 participantes de todas las edades, en las cuales los cartageneros pudieron forjar valores de competencia sana, respeto, resolución de conflictos, concentración y uso del tiempo libre.

Además, Ajedrez al Parque ha servido como plataforma para muchos jóvenes que han representado al país en contiendas nacionales e internacionales. Cada jornada en cada barrio, parque o plaza de la ciudad empodera la juventud de Cartagena.





CLÁSICO RCN SOCIAL 2023



En el Clásico RCN Social 2023 logramos consolidar alianzas que marcaron la edición 63 del evento con tres causas sociales importantes para el país.

Prevención de cáncer de mama: junto a la Liga Colombiana Contra el Cáncer desarrollamos contenidos sobre prevención del cáncer de mama con la campaña “*Las quiero y las cuido en todas sus formas*”. Realizamos recomendaciones sobre detección temprana. A esta iniciativa también se sumó Manzana Postobón con su campaña “*La Valentía también es Rosa*”, un llamado a la detección temprana en hombres y mujeres.

Por otro lado, en alianza con Fedepalma, aprovechamos la convocatoria del Clásico para hacer pedagogía sobre la importancia de **reciclar el aceite de cocina usado**. Desarrollamos estrategias de pedagogía dirigidas a los asistentes en los 6 departamentos por donde pasó el Clásico y a las audiencias digitales y radiales.

La influenciadora ‘Marce la recicladora’ se sumó a la campaña pedagógica con contenidos digitales que alcanzaron más de 94.000 visualizaciones. Además, junto con nuestro aliado entregamos merchandising a los asistentes en cada una de las etapas.

Por último, en alianza con el Banco Agrario, desarrollamos una campaña para **visibilizar el rol del campesinado colombiano** en cuatro ejes temáticos que contribuyen a su labor productiva: economía popular, seguridad alimentaria, mujer y joven rural. A través del recorrido de nuestros periodistas por el país, generamos historias inspiradoras de personas que han contribuido al crecimiento de la economía rural de Colombia. Así mismo, durante las etapas nos acompañó un equipo del Banco Agrario para realizar jornadas de educación financiera a todos los asistentes del evento.

PROYECTO INTEGRA DE USAID - TERRITORIOS POR LA INTEGRACIÓN

La iniciativa Territorios por la Integración de los medios de la Organización Ardi-la Lülle y el proyecto INTEGRA de USAID, implementó estrategias para reducir la discriminación y la xenofobia hacia las personas migrantes, personas colombianas retornadas y las poblaciones de acogida que más migrantes recibieron en el país.

Estas acciones se enfocaron en: capacitar y actualizar a los equipos periodísticos en migración, inclusión y género; Ampliar el cubrimiento local sobre procesos de integración social y económica y brindar información completa y veraz a la población migrante sobre la oferta de servicios y posibilidades de desarrollo; Desarrollar eventos regionales para visibilizar la integración estratégica de estas poblaciones.

En alianza con la Universidad del Rosario formamos a 36 periodistas y estudiantes de comunicación en temas relacionados con migración, integración, cohesión social y género, y de esta manera fortalecer el ejercicio informativo de los medios de la O.A.L.

Durante el 2023 realizamos 4 eventos, en Riohacha, Bucaramanga y Bogotá, para promover la inclusión social y económica de la población migrante venezolana, población de acogida, retornada colombiana y colombiana en general.

Nuestra labor seguirá siendo crear contenidos e informar a nuestras audiencias de manera responsable para reducir las brechas sociales y promover mejores actitudes y comportamientos en el país para evitar y combatir la discriminación a población migrante.



LA MICROEMPRESA DEL AÑO

LA MICROEMPRESA DEL AÑO

Comprometidos con el desarrollo social y económico del país, desde RCN Radio creamos el reconocimiento “La Microempresa del año”, para resaltar el esfuerzo de este segmento y su gran contribución a la economía nacional.

Para la primera edición del premio nos unimos con BANCAMÍA y el BBVA. Producto de la convocatoria logramos 1.700 registros de interesados en participar.

Luego de un riguroso proceso de evaluación y selección desarrollado por la Universidad EAN, se identificaron los finalistas en las cinco categorías establecidas: microempresa rural, microem-

presa sostenible, microempresa innovadora, microempresa liderada por mujer y microempresa joven.

Por cada categoría se seleccionaron 2 finalistas, para un total de 10 microempresas que fueron convocadas al evento de reconocimiento público realizado en Bogotá el 26 de octubre.

Esta experiencia fue sin duda una oportunidad única y transformadora para las microempresas finalistas, varias de ellas provenientes de diferentes regiones como Córdoba, Santander, Putumayo y Cundinamarca.

Además de recibir un reconocimiento económico, las microempresas ganadoras contarán con programas de educación financiera y con un plan de comunicación radial gratuito para promocionar sus negocios.



Foto cortesía: Bancamía.

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE MINERÍA - LA MINERÍA HABLA



El desarrollo económico del país se logra con la participación de las comunidades desde sus diferentes actividades económicas. En RCN Radio, comprometidos con impulsar el desarrollo de todos los territorios, en alianza con la Asociación Colombiana de Minería, desarrollamos una campaña para visibilizar el rol estratégico del sector minero para la economía nacional.

A través de contenidos en radio y televisión, llevamos los noticieros con alta audiencia para visibilizar los aportes de este sector al desarrollo económico y social del país. Compartimos con las comunidades de Montelíbano en Córdoba, Albania en La Guajira y La Jagua de Ibirico en el Cesar.

Fue una oportunidad para interactuar con las empresas mineras, las instituciones públicas locales, así como con las comunidades.



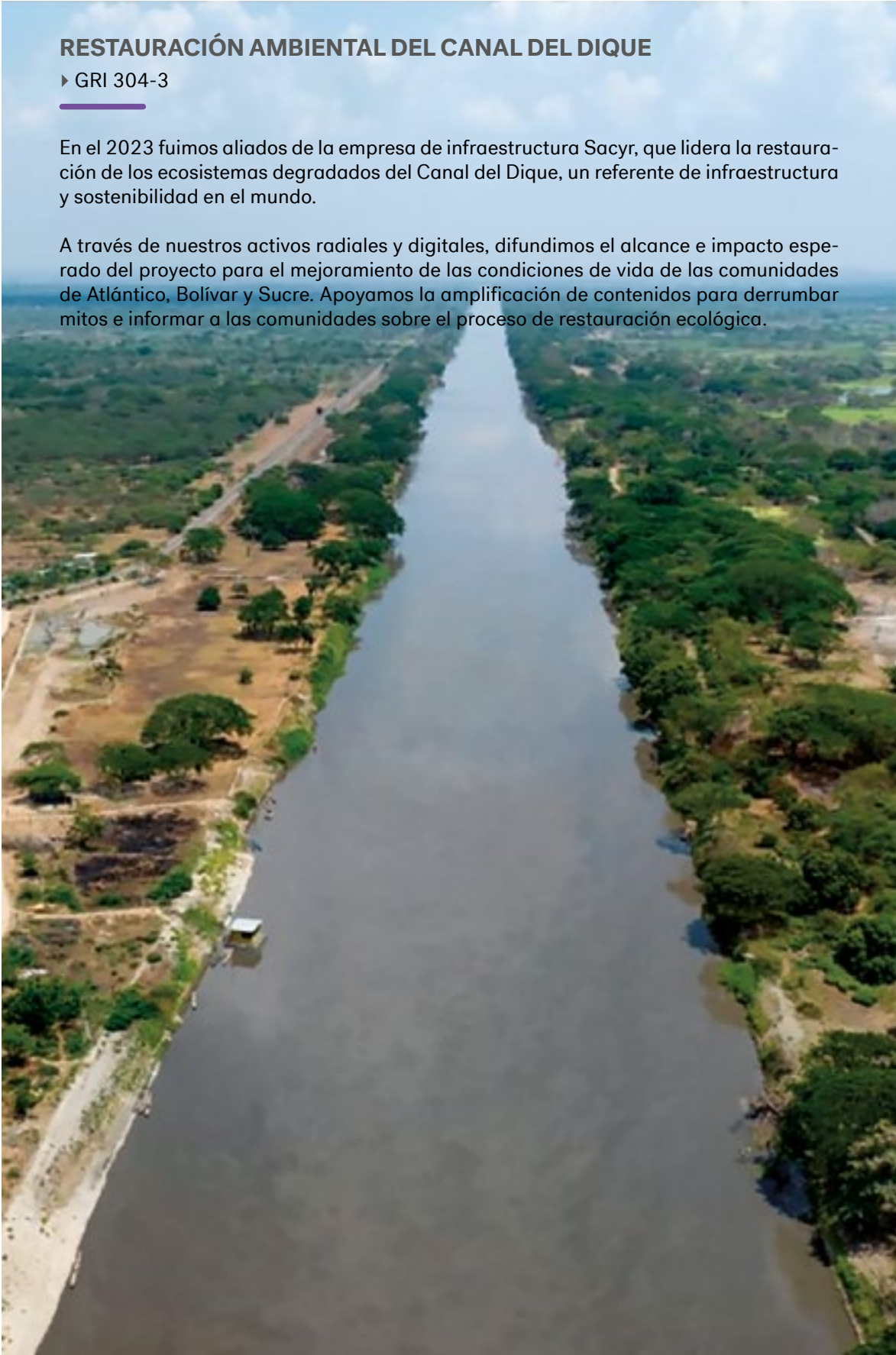
Fotos cortesía: Asociación Colombiana de Minería y departamento de Mercado Social RCN Radio.

RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL CANAL DEL DIQUE

▶ GRI 304-3

En el 2023 fuimos aliados de la empresa de infraestructura Sacyr, que lidera la restauración de los ecosistemas degradados del Canal del Dique, un referente de infraestructura y sostenibilidad en el mundo.

A través de nuestros activos radiales y digitales, difundimos el alcance e impacto esperado del proyecto para el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades de Atlántico, Bolívar y Sucre. Apoyamos la amplificación de contenidos para derrumbar mitos e informar a las comunidades sobre el proceso de restauración ecológica.





FEDERACIÓN NACIONAL DE DEPARTAMENTOS - CON TODA POR COLOMBIA

Con la Federación Nacional de Departamentos y por tercer año consecutivo, desarrollamos una alianza para crear contenidos sobre gastronomía, turismo, cultura y desarrollo social de los 32 departamentos de Colombia.

Estos contenidos fueron difundidos a nivel nacional a nuestras audiencias de los programas: El tren de la tarde, En la jugada, La tertulia y los noticieros de la mañana y el mediodía. Gracias a un trabajo colaborativo entre nuestro equipo periodístico, la Federación Nacional de Departamentos y las gobernaciones, logramos desarrollar contenidos innovadores para comunicar los avances en materia de desarrollo social, cultural y económico.



FND Federación Nacional de
Departamentos

CAPACITACIÓN A PERIODISTAS

Además de implementar campañas de comunicación con fines sociales, ofrecemos oportunidades de capacitación a nuestros periodistas y productores, para ayudar a cualificar cada vez más nuestros contenidos. En alianza con expertos dictamos talleres alrededor de temas sensibles como derechos humanos, equidad, diversidad e inclusión.

Taller de periodismo con Enfoque Étnico - Juntanza Étnica

En el marco de nuestra relación de cooperación con **USAID - ACDI/VOCA**, en 2023 realizamos un taller de periodismo con Enfoque Étnico, en el cual participaron con mucho entusiasmo más de 30 periodistas de nuestra Cadena.

Durante la sesión nuestros equipos adquirieron herramientas para combatir el racismo, la estigmatización y el desconocimiento de temas étnicos y raciales. También recibieron consejos sobre el manejo del lenguaje y las narrativas en el cubrimiento de hechos noticiosos. Además, **ACDIVOCA** les facilitó un directorio de fuentes provenientes de diversos grupos étnicos.

Taller a periodistas en Migración e Inclusión

En el marco de la implementación de nuestro proyecto Territorios por la Integración (en alianza con el Proyecto Integra de USAID) desarrollamos dos sesiones de formación a periodistas en temas de migración e inclusión.

De la mano de talleristas de la Universidad del Rosario realizamos cinco módulos llamados “visibilizar sin estereotipar” en los cuales nuestros periodistas aprendieron sobre la importancia de la inclusión e integración, la necesidad de derribar los discursos racistas, clasistas y aporofóbicos que se normalizan en la cotidianidad y sobre cómo deben ser abordados todos estos temas desde los medios de comunicación para contribuir a la eliminación de la xenofobia y a los procesos de inclusión en el país.

Por estas capacitaciones fueron certificados por **USAID**, La Universidad del Rosario y RCN Radio 36 periodistas a nivel nacional.

Taller de periodistas en Migración y Género

En el marco de la implementación de nuestro proyecto Territorios por la Integración en alianza con el Proyecto Integra de **USAID** desarrollamos una sesión de formación a periodistas en temas de migración y género.

Este módulo se realizó de la mano de talleristas de la Universidad del Rosario, quienes brindaron a nuestros periodistas herramientas para reconocer la importancia de la diversidad sexual y de género, aclaraciones conceptuales sobre sexo, género, identidad de género y orientaciones sexuales. Asimismo, se trabajó sobre cómo evidenciar prácticas sexistas y de discriminación hacia diferentes comunidades. En las sesiones participaron 26 periodistas a nivel nacional.



MOVILIZACIÓN SOCIAL DESDE LAS REGIONES

Además de las iniciativas impulsadas por los departamentos de Responsabilidad Social y Mercadeo Social, la Cadena cuenta con un amplio inventario de proyectos liderados desde las regiones, todos orientados al progreso del país. Las gerencias regionales y los directores de las emisoras en los municipios constantemente crean proyectos pensando en el bienestar de la audiencia. Algunos ejemplos son los siguientes:

✔ **La Mega Tula de La MEGA en Cúcuta**

En Cúcuta el equipo de RCN Radio realizó la entrega de 30 tulas con útiles escolares a niños en condición de vulnerabilidad del Colegio Camilo Torres en el corregimiento La Esperanza. La campaña “La Mega Tula” fue apoyada por la Alcaldía de Cúcuta y algunos patrocinadores que donaron refrigerios y regalos.

✔ **Ayudemos a Caminar en Cúcuta**

La Cariñosa Cúcuta entregó dos sillas de ruedas nuevas a la Fundación María Inmaculada, que alberga 40 abuelos con movilidad reducida y otras discapacidades.

✔ **RUMBA Social en Montería y Planeta Rica**

Con la sección Rumba Social, el equipo de RCN Radio en Montería y Planeta Rica, llegó a los hogares más necesitados y se unió con los oyentes para entregar mercados o útiles escolares. Durante el 2023, Rumba Social logró llevar mercados a 50 familias vulnerables del municipio.

✔ **Los Cariñitos de La Cariñosa en Pereira**

Con ayuda de los oyentes el equipo de RCN Radio en Pereira realizó la actividad “Los Cariñitos de La Cariñosa” con la cual entregó 10 sillas de ruedas para personas de bajos recursos, 60 pacas de pañales para adultos mayores, 2 caminadoras, 8 pares de muletas y una gran cantidad de medicamentos a oyentes en condición de pobreza.

✔ **Carrera Atlética RCN Radio Proinsalud en Pasto**

Este año se realizó una carrera atlética en alianza con Proinsalud con el fin de recolectar recursos para la Fundación Manchitas con Amor que apoya a personas que padecen de cáncer de mama. La carrera se realizó en las calles de Pasto y tuvo la asistencia de aproximadamente 800 personas entre participantes, patrocinadores y espectadores.

✔ **Las Quinceañeras de Radio Uno en Pasto**

El equipo de Radio Uno en Pasto les regaló a 15 niñas de estratos 0, 1 y 2 una fiesta a quinceañeras quienes por su situación económica no habían podido celebrar. La selección de las ganadoras se hizo mediante una votación en la cual participaron los oyentes luego de haber escuchado cada historia de vida. La fiesta reunió aproximadamente 300 invitados entre festejadas y familias y contó con el apoyo de entidades oficiales como la Alcaldía de Pasto.

✔ **Operación Salud en la ciudad de Popayán**

El equipo de Radio Uno en Popayán diseñó la campaña “Operación Salud” enfocada a la promoción, prevención y atención de la salud en los diferentes barrios de la ciudad. El servicio fue completamente gratuito, gracias al apoyo de aliados institucionales como la Secretaría de Salud y entidades privadas como las EPS.

✔ **Rumbatón en Riohacha**

El equipo de RCN Radio de Riohacha mediante una convocatoria radial realizó una campaña para ayudar a los damnificados por la ola invernal en el municipio. En pocos días lograron recoger aproximadamente 500 mercados que fueron entregados a la parroquia local, la cual se encargó de hacer la entrega a los beneficiarios.

INVERSIÓN SOCIAL

En el año 2023 continuamos fortaleciendo nuestro foco de inversión social, concentrado en la cultura, la educación, la paz y la democracia.

El total de la inversión social en 2023 fue de

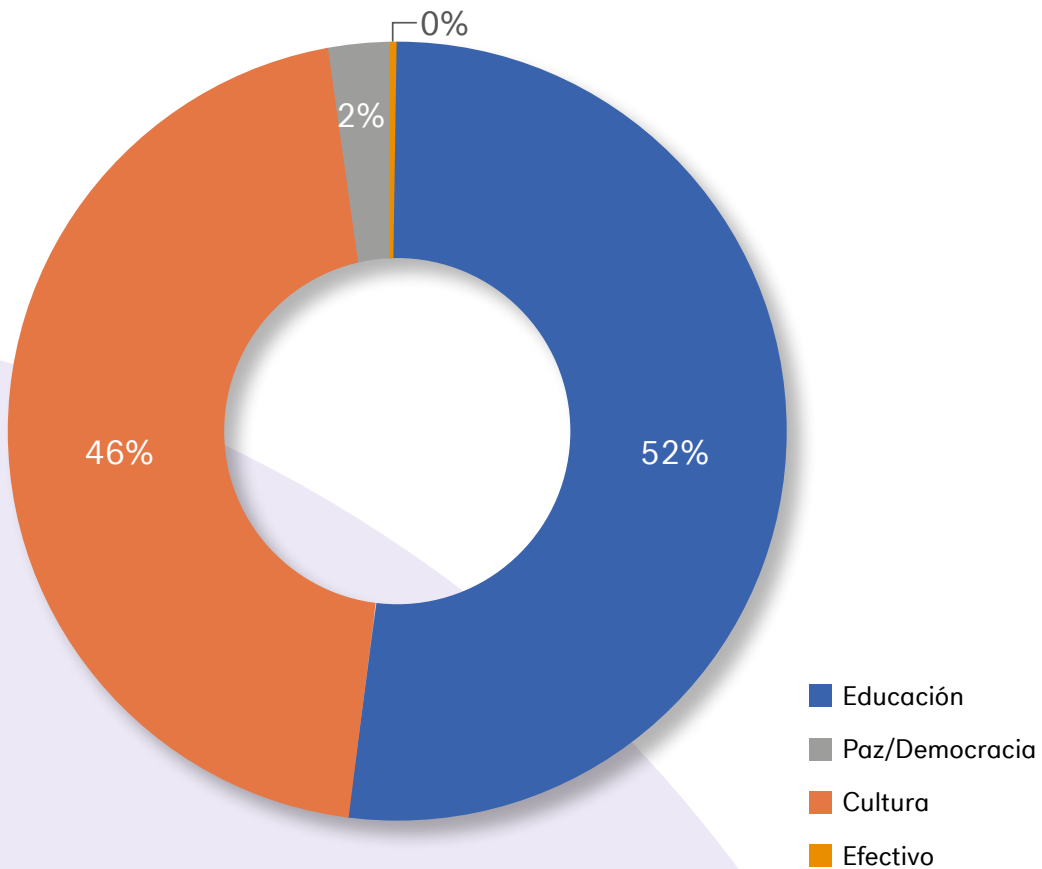
\$831.071.700
(valores netos).

Nuestras donaciones de pauta se distribuyeron así:

Cultura 52%,
Educación 46%,
Paz y democracia 2%

DONACIÓN DE PAUTA SEGÚN PRIORIDADES DE INVERSIÓN SOCIAL

Enero - Diciembre 2023



INSTAGRAM

TIENDA GANADORA

PÁGINA WEB



EN TU FRECUENCIA



PROGRAMAS

LIKE
RADIO

STREAMING

FACEBOOK

TALENTO HUMANO



TALENTO HUMANO Y SISTEMA DE GESTIÓN

▶ GRI 2-7, 2-22

Anualmente y de manera voluntaria con el propósito de ser una empresa sostenible somos auditados en nuestros cuatro sistemas de gestión y en el sello de sostenibilidad por ICONTEC – Instituto Colombiano de Normas Técnicas. De la misma manera la ARL Bolívar realiza al sistema de seguridad y salud en el trabajo una auditoría de cumplimiento de Estándares Mínimos bajo la Resolución 312 de 2019 expedida por el Ministerio de Trabajo.

Es clara la importancia y el aporte de la aplicación de estos estándares a la gestión y filosofía de responsabilidad RCN Radio, reconociendo, quien hace posible su cumplimiento, es el talento humano de esta Empresa, que ha incorporado en sus proyectos y en su día a día la estrategia definida por la alta dirección, de ser socialmente responsable en lo personal y en lo corporativo.

Por lo anterior y convencidos de los beneficios de las buenas prácticas y desempeño en los procesos organizacionales para cumplir con los compromisos de satisfacción con el servicio que prestamos a todas nuestras partes interesadas, cada vez más trabajamos con criterios y estándares de calidad, como:

1. Las normas ISO -(International Organization for Standardization)- Organización Internacional de Estandarización

- Las Normas ISO son un conjunto de estándares reconocidos internacionalmente creados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) con el objetivo de garantizar que las empresas sigan unos criterios homogéneos en la gestión de su actividad.
- RCN Radio tienen 4 certificaciones en normas ISO:
 - Sistema de gestión de la calidad.
 - Sistema de gestión ambiental.

- Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
- Sistema de gestión en seguridad de la información.

2. Sello de Sostenibilidad

Sello de sostenibilidad que tiene en sus criterios de evaluación premisas de otros estándares internacionales y que marcan la partida en materia de sostenibilidad a nivel mundial, todos involucran dimensiones sociales, ambientales, económicas y de gobierno corporativo, como:

- **Dow Jones Sustainability Index**, contempla la evaluación en las tres dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, social y económico.
- **Pacto Global**: tiene como fin comprometer a las organizaciones a trabajar en pro de diez principios universalmente reconocidos y aceptados, enmarcados en cuatro grandes temas: derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción.
- **ISO 26000**: tienen el propósito de guiar a las organizaciones de cualquier tipo, en el establecimiento y ejecución de prácticas en materia de responsabilidad social, abarcando siete materias fundamentales: gobernanza de la Organización, derechos humanos prácticas laborales, medioambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo de la comunidad.
- **Global Reporting Initiative - (GRI)**: Organización sin ánimo de lucro que elaboró una metodología que establece los estándares para la construcción de los reportes de sostenibilidad de las organizaciones, los cuales tienen como fin dar a conocer los impactos ambientales, sociales y económicos causados por las actividades diarias de éstas.

- **Objetivos de desarrollo sostenible (ODS):** ruta de actuación para las organizaciones que están comprometidas con esta iniciativa, y a dar cumplimiento a la Agenda 2030 mediante los 17 ODS.

3. Estados de Información no Financiera - EINF

Desde el año 2022 la Empresa presenta sus Estados de Información No Financiera – EINF – que tiene como premisa los estándares GRI, Global Reporting Initiative.

Con el compromiso y sentido de pertenencia de nuestro talento estoy seguro de que continuaremos avanzando con compromiso y responsabilidad en la construcción de mejores ambientes y condiciones para el desarrollo organizacional y partes interesadas y en consecuencia para el desarrollo del país.

Agustín Ramírez Caro

*Vicepresidente de Talento Humano
y Sistema de Gestión*

✓ CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TALENTO HUMANO

- RCN Radio en el año 2023 contó para la realización de sus proyectos y aportes al desarrollo del país con un talento humano con presencia en 8 regionales: Occidente, Antioquia, Eje Cafetero, Costa, Santander, Centro, Boyacá y Tolima y en 45 ciudades con una población diversa en sus creencias, formas de pensar, edades, géneros, estratos sociales, estudios competencias, gustos, orientación sexual, entre otras.

► GRI -2-8, 401-1

Regional	Ciudades	Número de trabajadores
Boyacá	Duitama, Sogamoso, Barbosa, Tunja, Villa de Leyva, Villa Pinzón	60
Tolima	Ibagué, Neiva, El Espinal, Girardot, Fusagasugá	99
Eje Cafetero	Pereira, Armenia, Manizales, Cajamarca	112
Santander	Bucaramanga, Cúcuta, Ocaña, Barrancabermeja, San Gil	128
Antioquia	Medellín, La Ceja, Rionegro, Fredonia, Caucasia	137
Costa	Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Lorica, Montería, Planeta Rica, Sincelejo, Valledupar, Rihacha	186
Occidente	Cali, Pasto, Popayán, Buga, Tumaco, Tuluá, Sevilla, Buenaventura	182
Centro	Bogotá, Villavicencio, San Andrés	526
Total Trabajadores		1430



- ✓ La planta de personal está conformada por más de **1400** trabajadores, **40%** mujeres y **60%** hombres con contratos directos.

Estado civil:

Solteros en un **53,44%**, con un porcentaje mayor de mujeres solteras, seguido de un **28,5%** de casados, con más hombres casados que mujeres, en menores proporciones el estado civil de los trabajadores es de unión libre, divorciados, viudos y separados.

Categoría profesional, el **54%** de la planta de personal (profesionales, jefes y coordinadores), están en categoría sénior.

En la alta dirección, Comité Ejecutivo y Estratégico, el **15,4%** son mujeres y el **84,6%** son hombres. El **77%** está en edades superiores a 50 años y el **23%** entre 30 y 50.

Antigüedad:

El **19%** (270), de los trabajadores lleva en la empresa más de 20 años, y **81%**, (1160), menor o igual a 15 años. La mayoría tiene una antigüedad de 5 años, **34,27%** (490).

Edad:

En su mayoría (54,4%) los trabajadores tienen edades entre los 30 y 50 años.

		Mujeres	Total Hombres y Mujeres		Hombres
Rango de edades de los empleados al 31 de diciembre 2023	< 30 años	130	250	17,5%	120
	Entre 30-50 años	322	777	54,4%	455
	> 50 años	115	403	28,2%	288
	Total	567	1.430	100,0%	863
Clasificación profesional de los empleados	Apoyo (junior)	213	463	32,38%	250
	Sénior 1 (Profesionales)	293	758	53,0%	465
	Sénior 2 (jefes/coordinadores)	10	27	1,9%	17
	Gerente (Gerentes/directores)	51	175	12,24%	124
	Director (vicepresidentes)	0	5	0,35	5
	Socio (CEO/presidente)	0	2	0,14%	2
	Total	567	1.430	1.430	863

► GRI 2-7; GRI 405-1

- Los contratos están clasificados en términos: indefinido, fijo y temporal, con mayor proporción de contratos fijos; los porcentajes son similares entre hombres y mujeres:

Tipos de contrato clasificados por modalidades, edad, sexo y categoría profesional									
	Edades	Hombres				Mujeres			
		< 30 años	Entre 30-50 años	> 50 años	Total hombres	< 30 años	Entre 30-50 años	> 50 años	Total mujeres
Modalidades de contrato	Contrato indefinido	26	42	54	122	29	25	9	63
	Contrato fijo	88	405	230	723	97	291	106	494
	Contrato temporal	5	9	4	18	4	6		10
	Total, empleados	119	456	288	863	130	322	115	567
Promedio de contratos	Contrato indefinido	22%	9%	19%	14%	22%	8%	8%	11%
	Contrato fijo	74%	89%	80%	84%	75%	90%	92%	87%
	Contrato temporal	4%	2%	1%	2%	3%	2%	0%	2%

► GRI 2-7; GRI 405-1

Categoría profesional		Apoyo Júnior	Sénior 1 (profesionales)	Sénior 2 (jefes-coordinadores)	Gerente (gerentes-directores)	Director (vicepresidentes)	Socio (CEO-presidente)	Total
Modalidades de contrato por categoría profesional	Contrato indefinido	42	105	5	25	5	2	184
	Contrato fijo	408	638	22	149			1.217
	Contrato temporal	15	13					28
	Total, empleados	465	756	27	174	5	2	1.429
Promedio de contratos por categoría profesional	Contrato indefinido	9,0%	13,9%	18,5%	14,4%	100,0%	100,0%	12,9%
	Contrato fijo	87,7%	84,4%	81,5%	85,6%	0,0%	0,0%	85,2%
	Contrato temporal	3,2%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%

► GRI 2-7; GRI 405-1

- **Despidos, edad, sexo y categoría profesional**

Información despidos personal		Hombres	Mujeres
Despidos por grupo de edad y sexo (GRI 2-7; GRI 405-1)	< 30 años	2	4
	Entre 30-50 años	12	7
	> 50 años	6	1
	Total empleados	20	12
Despidos por categoría profesional y sexo (GRI 2-7; GRI 405-1)	Apoyo (júnior)	9	3
	Sénior 1(Profesionales)	11	9
	Sénior 2 (jefes/coordinadores)	0	0
	Gerente (Gerentes/directores)	0	0
	Director (vicepresidentes)	0	0
	Socio (CEO/presidente)	0	0
	Total empleados	20	12

► GRI 2-7; GRI 405-1

Despidos incluyen: despidos con y sin justa causa, expiración término fijo.



• **Género, diversidad e inclusión**

▶ GRI 412-1

La política de equidad, diversidad, inclusión, y no discriminación de RCN Radio, tiene como objetivo: “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”.

En la reciente medición de clima y armonía organizacional, 2023, una de las variables valoradas fue “respeto e inclusión”, que incluyó preguntas con los aspectos descritos anteriormente, el resultado de **89, 4/100.**

Desde el año 2022 se tiene la meta de que por lo menos el **45%** de la planta de personal sean mujeres. Hay ciudades en donde ya se ha cumplido con este propósito y representan el **57,8%**, otras 20% están muy cerca de lograrlo, y **10** ciudades que corresponden al **22,2%** aún implementan estrategias para alcanzarla.

Se destaca igualmente que en los procesos de selección se tienen en cuenta únicamente los requisitos de estudios, actitud y experiencia. Sin embargo, si un aspirante tiene los dos últimos más no la experiencia, pero no tiene los estudios requeridos para ocupar el cargo, internamente se homologa y valida la primera, es decir, la experiencia.



COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL

Como mecanismo de control e incumplimientos a esta política se tienen:

- 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.

Políticas, programas, procesos y procedimientos, valoración de clima organizacional, riesgo psicosocial, competencias.

En el año 2023 se presentaron 4 casos de presunto acoso laboral: 2 Bogotá, 1 Fusagasugá y 1 en Neiva. Luego de aplicar el mecanismo de Comité de Convivencia Laboral y dar cumplimiento a los procedimientos establecidos en esta, el Comité concluyó que en ninguno de los casos se presentaron conductas de acoso laboral.

En el 2023 no hubo trabajadores con algún tipo de discapacidad, las estrategias se implementarán en el año 2024.

☑ REMUNERACIÓN Y RECONOCIMIENTO

▶ GRI 202-1

Relación del salario base de mujeres frente a hombres distribuidos por nivel de cargo.

Brecha Salarial

Categoría profesional	2023
Apoyo (Apoyo)	0.07
Júnior (Profesionales)	0.18
Sénior (jefes/coordinadores)	0,21
Gerente Gerentes/directores)	0.11
Director (vicepresidentes)	NA
Socio (CEO/presidente)	NA

- Ratio de remuneración de mujeres frente a hombres por categoría profesional.
- El resultado positivo (+), indica el % en que la medida salarial de las mujeres es inferior a la medida salarial de los hombres.
- **La fórmula utilizada:** brecha salarial por categoría profesional (medianas). Mediana hombres – Mediana mujeres/Mediana hombres.



 BIENESTAR

▶ GRI 401-2, 2-30

Los programas de bienestar impactan al 100% del talento humano y algunos casos se extienden a las familias. Se realizan actividades con alcance local, regional y nacional con el propósito de lograr un buen cubrimiento y de contribuir a su bienestar y calidad de vida.

El programa contempla beneficios económicos, educativos, de seguridad y salud en el trabajo, al igual que actividades sociales, culturales, lú-

dicas, deportivas, y celebración de fechas especiales.

Durante el año 2023 las actividades se realizaron de forma híbrida: presencial y virtual, y fueron desarrolladas con el apoyo de aliados como la ARL Bolívar, la Caja de Compensación Colsubsidio, las cajas de compensación de las ciudades, así como las EPS, SIMPLE – operador de información, ARESS, y anunciantes.



BENEFICIOS ECONÓMICOS PARA EL TRABAJADOR Y SUS FAMILIAS

 PRIMAS EXTRALEGALES Y AUXILIOS

▶ GRI 401-2, 2-30

RCN Radio cuenta con unos beneficios para los trabajadores y sus familias, que incluyen primas y auxilios. Durante el año 2023 se entregaron beneficios por valor de **\$7.637.034.049**, y beneficiaron a más del 85% de los trabajadores. Hacen parte del pacto colectivo 1207 trabajadores.

Auxilios	Valor pagado 2023	Número de auxilios entregados
Generales: anteojos, matrimonio, maternidad, defunción	\$12.101.567	88
Educativos (kínder, primaria, bachillerato, técnico, tecnólogo, universitario)	\$131.364.130	550
Primas de antigüedad (25, 30, 35, 40 años)	\$1.014.707.107	34
Primas extralegales y extralegales de vacaciones	\$6.341.360.433	3.699
Bonificaciones transporte diurno y nocturno	\$137.500.812	5.291
Totales	\$ 7.637.034.049	9662

☑ FONDO DE EMPLEADOS

▶ GRI 401-2

Con más de 20 años de creado, tiene entre sus objetivos crear hábitos de ahorro y planeación financiera entre los asociados como una forma de contribuir al bienestar y calidad de vida.

El 60% de los trabajadores es asociado del fondo de empleados de la Cadena.

Concepto	31/12/2023	
Número de asociados	843	
Valor ahorros		3.264.935.332
Número de préstamos efectuados	906	
Valor préstamos durante el periodo		2.319.760.450
Saldo de préstamos a 31 de diciembre		1.983.744.799
Número de retiros de ahorros efectuados	760	
Valor retiro de ahorros		1.511.575.630
Trabajadores afiliados	60,08%	

☑ CONCURSOS

• Concurso Interno de Crónicas “Antonio José Caballero”

El concurso interno de crónicas se creó en el año 2014, y tiene los propósitos de:

- ✓ Estimular la crónica periodística como parte de la identidad de los contenidos de RCN Radio y
- ✓ Hacer un homenaje al mejor cronista de la radio en Colombia, Antonio José Caballero Q.E.P.D.
- ✓ Participa el talento humano interno de cargos de periodistas, disc jockey y directores de emisora. Desde su lanzamiento han participado 1216 crónicas.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
	2014	2015	2016	2017	2018	2020	2021	2022	2023	
Número de crónicas	109	80	116	71	76	144	69	216	335	1216

▶ GRI 401-2, 404-2

✓ GANADORES CONCURSO INTERNO DE CRÓNICAS

Así dio a conocer el Dr. Fernando Molina Soto, presidente, los resultados del concurso en su novena versión.

Concurso de Crónicas RCN Radio “Antonio José Caballero” Ganadores Novena Versión



El próximo 17 de diciembre se cumplen nueve años de la partida de nuestro amigo y compañero Antonio José Caballero. Hemos llegado a la novena versión del concurso de Crónicas “Antonio José Caballero”, homenaje que le hacemos todos los años.

Este año nuevamente hemos logrado tener una mayor participación, tanto en el número de crónicas como de ciudades participantes. Fueron inscritos **335** trabajos de **28** ciudades, de los diferentes sistemas y páginas de la Cadena.

La selección de las **18** crónicas semifinalistas estuvo a cargo de: Luis Carlos Vélez Marroquín, Francisco Romero Dorado, Juan Manuel Ruiz Machado, Indalecio Castellanos López, Antonio Cásale Roza y Jairo Ernesto Tarazona Caicedo. Al doctor Juan Lozano Ramírez, compañero y amigo, le solicitamos que nos ayudara con la evaluación de las crónicas:

“He escuchado atentamente la totalidad de los trabajos seleccionados como semifinalistas para el Concurso de Crónicas Antonio José Caballero, lo que resultó una tarea grata, inspiradora, divertida y motivadora de reflexiones acerca de nuestro oficio y del compromiso de RCN Radio con la sociedad colombiana.

Después de escuchar todos los trabajos queda en evidencia el inmenso valor de nuestra Empresa como un aglutinante de nuestra nacionalidad, como un multiplicador de las culturas regionales y como un agente constructor de una mejor sociedad a partir del trabajo periodístico.

El nivel general de los trabajos seleccionados es extraordinario. Hay talento en esta casa periodística y mística también. El compromiso con los oyentes aflora en cada segundo al aire. Por lo anterior, la tarea de selección es ardua. Muchos trabajos entre los preseleccionados habrían podido subir al podio. Hay piezas cortas que son joyitas de la crónica radial breve y hay trabajos extensos editados con maestría y trabajos con plausible uso del lenguaje y un admirable sentido periodístico.”



- Dentro de esta muestra virtuosa de preseleccionados los ganadores son:

✓ Primer puesto

- Nombre de la crónica: “Shakira, su carrera y yo”.
- Presentada por: Augusto Nicolás Samper Camargo (Comunicador Social-Periodista. Se desempeña como Comentarista Deportivo y está vinculado a la Cadena desde octubre de 2012) y Christian Javier Solano Obando de la ciudad de Bogotá Comunicador Social. Se desempeña como Líder de Audio Digital y está vinculado a la Cadena desde septiembre de 2014.
- El concepto del Dr. Juan Lozano: “Impecable. Divertida. Novedosa. Ingeniosa Entretenida”.

✓ Segundo puesto

- Nombre de la crónica: “El cuento de Doris”.
- Presentada por: Óscar Alejandro Rosero Montenegro de la ciudad de Pasto, Comunicador Social. Es el Director de Noticias en Pasto y está vinculado a la Cadena desde abril de 2014).
- El concepto del Dr. Juan Lozano: “Valiosa. Profunda. Aleccionadora. Interesante. Lúdica”.

✓ Tercer puesto

- Nombre de la crónica: “Murieron sin saber por qué”
- Presentada por: Shadia Mileth Freyle Chadith de la ciudad de Sincelejo (Comunicadora Social. Se desempeña como Directora de Noticias en Sincelejo y está vinculada a la Cadena desde septiembre de 2022).
- El concepto del Dr. Juan Lozano: “Valiente. Necesaria. Ágil. Estremecedora. Desgarradora”.

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

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

Con un cordial saludo,

FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente

✓ CONCURSO INTERNO DE CUENTO RCN RADIO 2023

Desde su creación se han postulado 3032 cuentos en diferentes categorías: estudiantes de primaria, bachillerato, universidad, incluye hijos, primos, sobrinos, nietos, hermanos, tíos, padres, cónyuges y trabajadores.

Nuevamente este año y como ejercicio de inclusión y responsabilidad social, participaron 302 niños de primaria de 13 instituciones educativas: Escuela Departamental República de Francia y las escuelas Arrayán Bajo, Juan de Vera, El Bosque, La Cumbre, La Paz, San Antonio, Buenavista, San Luis, San Miguel, La Modelo, El Muña, Arrayán Alto. Municipio de San Francisco, Cundinamarca, con el lema “escribir es mi cuento”.



Como parte de este concurso se realizan talleres de cómo escribir un cuento dirigido a trabajadores y familiares que tienen el objetivo de estimular el desarrollo de competencias para la imaginación, la innovación, así como para la lectura y la escritura.

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Total
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
RCN Radio	50	42	33	31	101	179	281	228	292	334	348	291	309	2519
Externos								30	24	-	27	130	302	513
Total	50	42	33	31	101	179	281	258	316	334	375	421	611	3032

► GRI 401-2, 404-2

• Ganadores internos

✓ Categoría 1: estudiantes de 1° a 5° primaria

- **Primer puesto - Medellín**
Valentina Tamayo Agredo
Cuento: NO ENCUENTRO A MI DUENDE
Hija de Zura Paola Agredo Tapias, Líder digital
- **Segundo puesto - Medellín**
Maximiliano Villa Barrientos
Cuento: MAXI Y DINO
Hijo de Diana Marcela Barrientos L. Asesora comercial

✓ Categoría 2: estudiantes de 6° a 11° bachillerato

- **Primer puesto - Montería**
Sara Inés Espitia Rodríguez
Cuento: ODIO
Hija de Arcelio Manuel Espitia Vargas Disc jockey

- **Segundo puesto - Pasto**
Ivo Jhossue Espinosa Andrade
Cuento: LA ÚLTIMA PÁGINA DE UN DIARIO ADOLESCENTE
Sobrino de Óscar Alejandro Rosero M. Director de noticias

✓ Categoría 3: Estudiantes de educación superior

- **Primer puesto - Medellín**
Mariana Rodríguez Álvarez
Cuento: EL LABERINTO DEL MINOTAURO
Sobrino de Carlos Rodríguez Z. Asesor comercial
- **Segundo puesto - Pasto**
María de los Ángeles Mondragón García
Cuento: SUSANNA
Hijo de Luz Gabriel García directora de emisora

✓ Categoría 4: Trabajadores de RCN Radio

- **Primer puesto - Medellín**
Estefanía Pérez Botero
Cuento: SEÑOR MIL DISFRACES
Periodista
- **Segundo puesto - Medellín**
Charlín Johana García Vélez
Cuento: DESHOJANDO A MARGARITA
Periodista

✓ Categoría 5: Padres, tíos y cónyuges de los trabajadores

- **Primer puesto - Ibagué**
Jhon Jairo Oviedo Castiblanco
Cuento: PIEL DE OVEJA
Cónyuge de Adriana Bedoya Asesor comercial
- **Segundo puesto - Duitama**
Sonia Patricia Moreno Hernández
Cuento: LOS CABALLEROS DEL SONRIQUETE
Cónyuge de César Tiberio Reyes Rincón Conductor

• Cuentos y ciudades internos destacados

✓ Ibagué

- Danna Isabel Portela Vásquez
Cuento: FLOR MARCHITA
Sobrino de Diana Patricia Nieto Méndez
Asesor comercial

✓ **Medellín**

- David Ordóñez Restrepo
Cuento: UN GATO EN EL TEJADO
 Hijo de Natalia Milena Restrepo
 Asesor comercial

• **Ganadores externos**

Se realizó la ceremonia de premiación del Concurso de Cuento RCN Radio en su versión externa en el Municipio de San Francisco, Cundinamarca, donde participaron 302 niños de las escuelas que participaron. Los doctores Fernando Molina Soto, presidente y Agustín Ramírez Caro, vicepresidente de talento humano y sistema de gestión, felicitaron a todos los niños que escribieron un cuento.



Ganadores del Concurso de Cuento, profesor líder "escribir es mi cuento" Jhon Norvey Lozada Montes, doctores Fernando Molina Soto y Agustín Ramírez Caro.

- **Ganadores**

- **Grado preescolar**
Scarleth Isabel Almanza
Cuento: El gato y el ratón
Grado: Preescolar
- **Grado primero**
Felipe López Martínez
Cuento: Felipe López Toldo
Grado: Primero
- **Grado segundo**
Andrey Yesid Vargas García
Cuento: El gol hasta el cielo
Grado: Segundo
- **Grado tercero**
Daniel Esteban Moyano
Cuento: Amigos salvajes
Grado: Tercero
- **Grado cuarto**
Duvían Martínez Álvarez
Cuento: Zona infectada
Grado: Cuarto
- **Grado quinto**
Ana María Gómez Guzmán
Cuento: El reino de Luna y Lucía
Grado: Quinto

- ✓ **Cuentos destacados**

- **Grado preescolar**
Ángel Nicolás Basto
Cuento: El caballo mono
Grado: Preescolar
- **Grado primero**
Juliana Flores Herrera
Cuento: El león y la mariposa
Grado: Primero
- **Grado segundo**
Karen Montoya
Cuento: Los unicornios mágicos
Grado: Segundo
- **Grado tercero**
Salomé Díaz Romero
Cuento: Un mundo nuevo
Grado: Tercero
- **Grado cuarto**
Juan Pablo Martínez Álvarez
Cuento: Las cortinas mágicas de mi abuela
Grado: Cuarto
- **Grado quinto**
Andrés Felipe Vargas
Cuento: El experimento y el robot
Grado: Quinto



Alumnos de las escuelas participantes.

✓ ACTIVIDADES LÚDICAS, RECREATIVAS, DEPORTIVAS

▶ GRI 401-2, 403-5, 403-6

Durante el año 2023 se realizaron más de 50 actividades con alcance a trabajadores y familias:



- ✓ **Celebraciones, días de:** periodista, mujer, locutor, secretaria, padre, madre, familia, telecomunicaciones.
- ✓ **Lúdicas - campeonatos de:** parques, fútbol, yenga, pimpón, ajedrez, fútbol tenis, volibol, media maratón de Bogotá, rana, bienvenida mes del amor y la salud, taller de repostería, reunión integración, día de disfraces, novenas de navidad.
- ✓ **Sostenibilidad:** bici paseos, jornada de cédulas digitales, feria electro.
- ✓ **Septiembre mes del amor y la salud-** Programa creado en el año 2010 - Lema: por un bienestar sostenible.
- **Cuidado físico:** taller de entrenamiento lúdico, visual, auditivo y visual, spa de manos, facial y corporal, donación de sangre.



- **Salud mental:** risas, sonrisas y abrazos, tercera jornada de auxilios psicológicos.
- **Cuidado osteomuscular:** pausa con danza, yoga en silla.
- **Cuidado del corazón:** taller de comida consciente.
- **Sostenibilidad- salud mental:** con mi mascota en RCN Radio, cómo emprender y feria emprendedora (emprendimientos de trabajadores y familias).
- **Lúdicos:** concurso de karaoke, taller de gastronomía - postres, juegos de realidad virtual, concurso de conocimientos es SST.



• **Clima y armonía organizacional**

Con el propósito de identificar opciones de mejora para contar ambientes de trabajo propicios para el desarrollo de las funciones y la realización de proyectos y mediante encuesta se mide la percepción de los trabajadores en clima y armonía organizacional.

• **Resultados**

En puntajes de 1 a 100, la mayor valoración fue la percepción acerca de RCN Radio como una gran empresa para trabajar. El promedio general de clima fue de 88,5%.

	Variable	Resultado
1	Condiciones de trabajo	87
2	Desarrollo personal	87
3	Comunicaciones internas	87
4	Programa de bienestar	88
5	Sistema integrado de gestión	88
6	Respeto e inclusión	89
7	Mi trabajo y responsabilidades	90
8	Percepción general de RCN Radio	93

▶ GRI 401-2, 403-4, 406-1, 412-1

Como aspectos para mejorar es necesario continuar fortaleciendo temas de desarrollo en tecnología, digital, innovación y las comunicaciones internas.



✓ FORMACIÓN Y DESARROLLO

▶ GRI 401-1 , 401-2, 401-3, 403-5

• La política de formación y desarrollo de competencias de la Cadena tiene como 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 de
- finidas por la Empresa y los procesos, así como garantizar mediante el desarrollo de los trabajadores, la continuidad del negocio.
- ✓ La formación y capacitación en RCN Radio es inclusiva no discrimina por género, edad o características distintas a la necesidad de la formación.

✓ ESTRATEGIAS PARA LOGRARLO

• Política educativa

- ✓ Como parte de este beneficio con alcance al trabajador, hijo y cónyuge, la Empresa aporta el 50% del valor de la matrícula y el trabajador el 50% restante.
 - ✓ En el año 2023 se realizaron alianzas con 15 instituciones educativas en
- diferentes ciudades del país, en formación presencial y virtual, en los niveles de pregrado, postgrado y maestría.
- ✓ 32 trabajadores recibieron este beneficio.

✓ COSTOS Y BENEFICIOS

Beneficio aporte de	Costo en millones de \$
RCN Radio	295.000
Del trabajador	301.000
Total - costo - política educativa	596.000

Beneficiados				Número de beneficios	Instituciones educativas*
Trabajador	Hijo	Cónyuge	Otros		
32	32	4	8	124	15
76					

- Área Andina, Autónoma de Bucaramanga, Ciencias Ambientales y Aplicadas UDCA, Cooperativa de Colombia, EAN, INPAHU, Jorge Tadeo Lozano, Los Libertadores, Minuto de Dios, Politécnico Gran Colombiano, Rosario, Santiago de Cali, Santo Tomás de Aquino, Tecnológica de Bolívar, UNILATINA.
- De los 32 trabajadores beneficiados de la política educativa, 17 son hombres y 15 son mujeres, 25 realizan programas de pregrado, 5 de especialización y dos maestrías.

- **Programas de pregrado en:** Tecnología en desarrollo de software, Administración de empresas, Administración sistemas de información, Comunicación Digital, Comunicación social, Comunicación visual, Contaduría Pública, Dirección y producción de radio y televisión, Ingeniería de sistemas, Ingeniería en Informática, Licenciatura lenguas extranjeras.
- **Especializaciones en:** Comunicación Corporativa, Comunicación Estratégica, Gerencia de Proyectos, Riesgos Laborales y salud en el Trabajo.
- **Maestrías en:** Gerencia de Mercadeo y Gobierno y Relaciones Internacionales.
- **Los trabajadores beneficiados 32 están en las categorías de:**

Categoría profesional	Total
Gerentes/directores	4
Sénior (Jefes - coordinadores)	1
Sénior (Profesionales)	18
Apoyo	9
Total	32







- **Formación:** temas propios y con el apoyo de aliados – trabajadores.
 - ✓ En el año 2023 el objetivo fue fortalecer el desarrollo de competencias comunicativas y las relativas a temas del sistema integrado de gestión.
 - ✓ La participación en estos cursos fue mayor en el nivel sénior (profesionales) 59,2%, seguido del nivel de apoyo (júnior) 20,8%.
- **Resultados:**

Tema	Horas	Aliado	Número de participantes	Hombre	Mujer
Análisis de causa (sistema integrado de gestión)	4	ARESS	433	253	180
Ortografía (Diccionario de Estilo RCN Radio), valorado mediante concurso	4	Fernando Ávila - RCN Radio	681	429	252
Auditor integral Calidad (ISO 9001), medioambiente (ISO 14001), seguridad y salud en el trabajo (ISO 45001)	64	Icontec	46	24	22
Auditor en SST Seguridad y salud en el trabajo (ISO 45001)	28	ARL Bolívar	44	19	25
Auditor seguridad de la información ISO 2700.	40	ASG Consulting LTDA.	26	17	9
Transparencia y Ética Empresarial - PTEE	4	ALLIANZ -RCN Radio	706	419	287
Autocontrol, prevención y gestión de riesgo integral contra el lavado de activos, financiación del terrorismo, y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva. - SAGRILAF -	3	ALLIANZ RCN Radio	779	466	313
Manejo del estrés laboral	40	Sena	67	38	29
Total participación			2782	1665	1117

• **Por categoría profesional**

Categoría profesional	H	M	Total
Socio / CEO / Presidente)	N/A	N/A	N/A
Director / Vicepresidentes	2	0	2
Gerente / Directores	321	145	466
Sénior / Coordinadores / Jefe	33	32	65
Sénior / Profesionales	952	591	1543
Júnior / Apoyo)	357	349	706
Total	1665	1117	2782

Además de esta formación de alcance nacional, localmente se realizaron en algunas ciudades, cursos cortos en temas como: atención al cliente, técnica vocal, estrategia comercial digital, finanzas personales, ventas, manejo de estrés laboral, equipos de alto rendimiento, estrategias comerciales, manejo de redes sociales, taller de comunicación con perspectiva de género, taller de radio, tool kit talks.

• **Formación y capacitación relacionada con el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo**

Buscan fomentar ambientes de trabajo seguros y saludables, cuidado de la salud general, y prevención de accidentes e incidentes.

- Más de 1500 asistencias (un trabajador asistió a más de una capacitación).
- Con una mayor participación de hombres que de mujeres.
- La mayoría de los participantes son del nivel profesional sénior 1 (profesionales), seguidos de júnior (apoyo).
- Se trataron más de 15 aspectos críticos de SST, como:
 - ✓ Trabajo en equipo.
 - ✓ Comunicación asertiva.
 - ✓ Manejo y resolución de conflictos.
 - ✓ Capacitación comité de convivencia laboral.

- ✓ Estrategias y metodologías para el acoso laboral.
- ✓ Pista de entrenamiento Brigadas.
- ✓ Cómo hacer inspecciones a EPP.
- ✓ Funciones y responsabilidades Brigadas y COPASST.
- ✓ Investigación y reporte accidentes de trabajo COPASST.
- ✓ Actualización planes de emergencia.
- ✓ Prevención y control contra incendio.

- PESV -Aseguramiento en el Manejo.
- PESV seguridad pasiva y activa en vehículos y vías.
- Simulacro de atención de heridos en siniestros viales.
- Capacitación sobre atención de heridos en siniestros viales.
- Certificación en trabajo en Alturas.
- Congreso de seguridad y ambiente.
- Manejo de extintores, de grecas, cargas, desfibriladores.
- X Encuentro de Brigadas - ARL Bolívar en Bogotá.

☑ PARA RESALTAR

Profesionalización a periodistas empíricos y especialistas

En alianza con la Gobernación del Tolima, la Secretaría de Educación Departamental, y la gestión de la gerente regional, se realizó un programa de formación de profesionalización a periodistas empíricos y de especialización con la universidad Minuto de Dios. El 100% de estos estudios los financió la Gobernación del Tolima.

El resultado:

- 7 nuevos profesionales, 5 hombres y 2 mujeres. De categoría profesional: gerente/director (2), sénior, (4) y júnior (1), y
- 7 especialistas, 3 hombres y 4 mujeres. De categoría profesional: gerente/director (3) y los 4 restantes en categoría sénior.



- Título de conductores de formatos radiales de acuerdo con técnicas de locución y métodos de comunicación. Certificación de competencia laboral en la Norma 250201036V1 con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la Gobernación de Risaralda y la gestión de la gerencia regional Eje Cafetero y la gerencia de Armenia.
- Recibieron esta certificación: 20 trabajadores de las ciudades de Pereira, Armenia y Manizales, 18 hombres y 3 mujeres, de las categorías profesionales senior (12), director/gerente (7) y uno de apoyo (junior).

✓ VALORACIÓN DE COMPETENCIAS Y DESEMPEÑO

► GRI 404-3

• Liderazgo:

Características del estudio	<ul style="list-style-type: none"> Desde la filosofía del sistema integrado y de la mejora continua, a las personas que tienen trabajadores a cargo en RCN Radio, se les ha dado el nombre de líder de proceso. Denominación que no se debe confundir con las características y cualidades que tienen aquellos que sus equipos o la Organización identifican como líderes. Es decir, podrían los líderes de proceso tener o no estas competencias.
	<ul style="list-style-type: none"> La apuesta de la Empresa, dados sus compromisos con la sostenibilidad, es un liderazgo orientado a la sostenibilidad (aspectos sociales, ambientes y económicos).
	<ul style="list-style-type: none"> La competencia liderazgo en RCN Radio fue valorada por los equipos de trabajo a sus superiores inmediatos.
	<ul style="list-style-type: none"> La competencia se valoró mediante 4 variables, y 45 preguntas.

Resultados:

- Promedio general de la competencia liderazgo 88/100

Competencia	Resultado
Integridad	88/100
Visión y pensamiento estratégico	89/100
Desarrollo de personas	88/100
Compromiso con la sostenibilidad y el sistema de gestión	88/100

Se valoró igualmente entre cuatro opciones de respuesta, cómo son percibidos los líderes de proceso por sus equipos de trabajo, con el siguiente resultado:

Jefe	Directivo	Líder	Líder Sostenible
7%	9%	37%	47%

Un 7% de los trabajadores percibe a su líder de proceso con características de jefe, estilo que se busca superar y fortalecer hacia un concepto de liderazgo sostenible.

• Competencias y desempeño – valoración

Características del estudio

- Los líderes del proceso valoraron las competencias de cada uno de los integrantes de sus equipos de trabajo.

- Si bien en años anteriores se ha valorado la percepción de competencias en trabajo en equipo, orientación a resultados, autonomía, pensamiento estratégico, entre otras y dado que se ha considerado importante para el logro de las metas de RCN Radio un talento con habilidades para el cambio y el manejo de la incertidumbre, en el 2023, fueron tres las competencias estudiadas pensamiento ágil, optimismo, respeto y un componente de desempeño, en total 75 preguntas.

Resultados:

		Resultado
Competencias	Pensamiento ágil	86/100
	Optimismo	86/100
	Respeto	89/100
Desempeño		87/100

De manera general y como resultado de esta valoración se debe continuar fortaleciendo:

- Competencias blandas: actitud para asumir riesgos.
- Competencias duras y temas de desempeño: redactar, hablar y escribir mejor, habilidades digitales y manejo de datos.

✓ PUBLICACIONES - COMUNICACIONES

▶ GRI 404-3

• Publicaciones

En el 2023 se actualizaron las ediciones de los textos de la Cadena que tienen como finalidad fortalecer las competencias comunicativas de los trabajadores, especialmente de los que hacen parte de los procesos Core del negocio.



• Diccionario de estilo RCN Radio - Ante el Micrófono - Ante el Teclado

Primera edición en el año 2017, segunda en el año 2023. Su contenido surge a partir de lo que Fernando Ávila*, escuchó en el noticiero de La FM de RCN Radio y los escritos en las páginas de la Cadena.

A partir de lo anterior, se genera una producción de 30 fichas ortográficas donde se orienta cómo se debe hablar y escribir correctamente.

En la nueva edición se incluyó actualizaciones del Diccionario de la lengua española, 2014, realizadas en los años 2017, 2018,

2019, 2020, 2021 y 2022, nuevas dudas resueltas en la edición del 2023 del Diccionario Panhispánico de dudas y recomendaciones de Fundéu RAE de los últimos años.

• Redactor

Segunda edición año 2013, tercera, año 2023, revisada por el profesor Fernando Ávila, incluyó puesta al día con contenidos actualizados en cada tema gramatical, según recomendaciones y normas de la RAE.

• Entre Nos Boletín

Medio de comunicación interno que tiene el objetivo de formar, informar, sen-

* Profesor universitario. Conferencista empresarial, especialmente en medios informativos. Intervenciones en diferentes medios hablados y escritos sobre temas de lenguaje, ortografía, redacción. Jurado de concursos de ortografía. Autor de más de 20 libros sobre lenguaje, como «Español correcto para dummies», «La vuelta al español en 80 guías», «Dónde va la coma», «En busca del verbo preciso», «Cómo se escribe», «Noticia», «Ortografía 2015». Delegado para Colombia de la Fundación del Español Urgente, Fundéu BBVA, Madrid, España.

sibilizar y crear conciencia en diferentes temas que apoyan la estrategia de la Empresa y del proceso de talento humano y sistema de gestión. En 2023 se trataron 40 temas en estrategia, talento humano, sostenibilidad, derechos humanos, salud mental, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo, calidad, seguridad de la información.






- ✓ Este mismo año, el Boletín Entre Nos llegó a sus 200 ediciones en 17 años 2007- 2023, una edición mensual por distribución virtual.
- ✓ Esta estrategia de comunicación se apoya con la publicación de carteleras físicas y virtuales y en los mismos temas del Boletín Entre Nos.

- **Portal empresarial - sitio Talento Humano**
Desde el portal empresarial hay un sitio para cada proceso. En el de Talento Humano se tiene la posibilidad de acceder a información necesaria para el trabajador y la gestión en selección, inducción, bienestar, formación, competencias sistemas de gestión, políticas, reglamentos.

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

• **Áreas del conocimiento**

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

	Seguridad y salud en el trabajo
	Medioambiente
	Calidad
	Seguridad de la información
	Clima Organizacional

RCN Aprende



Sitio de formación propio con cursos cortos o de aliados y con acceso desde el portal empresarial, con los objetivos de:

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

	Competencias
	Administración de personal
	Sostenibilidad
	Bienestar
	Desarrollo y soluciones TI



EN TU FRECUENCIA



MEDIOAMBIENTE Y SISTEMA DE GESTIÓN



MÁS DE 20 AÑOS FORTALECIENDO LA CULTURA DE LA CALIDAD, LA SOSTENIBILIDAD Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

EN RCN RADIO - ALGUNOS DATOS

- ✓ 21 años con un Fondo de Empleados.
 - ✓ 17 años con un medio interno de comunicación virtual de circulación mensual. Boletín Entre Nos.
 - ✓ 15 años con la certificación al Sistema de Gestión de la Calidad.
 - ✓ 15 años con la Política Educativa beneficiando a trabajadores y familiares mediante alianzas educativas.
 - ✓ 14 años con el Concurso Interno de Cuenta para trabajadores y su familia.
 - ✓ 10 años con la certificación del Sistema de Gestión de Medioambiente.
 - ✓ 10 años con la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad y salud en el trabajo.
 - ✓ 9 años del Concurso Interno de Crónicas.
 - ✓ 7 años con el Sello de Sostenibilidad, con nivel de excelencia, máxima categoría.
 - ✓ Mas de 10 años sin registros de enfermedad laboral.
 - ✓ Más de 10 años con registros de accidentes de trabajo leves.
- En 2023**
- ✓ Creación del programa de movilidad sostenible, viajes verdes en bicicleta.
 - ✓ Siembra de árboles.
 - ✓ Primeras jornadas con mi mascota en RCN Radio (caninos y felinos).
 - ✓ Premios Inspiradores de Tranquilidad en la máxima categoría ORO, Premio otorgado por la ARL Bolívar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo con resultados en accidentalidad para más de 1000 trabajadores.
 - ✓ Más de 4 años, con resultados en evaluación de estándares mínimos en Seguridad y Salud en el Trabajo por encima de 95%.
 - ✓ Certificación sistema de seguridad de la información.

NUESTROS CERTIFICADOS DE COMPROMISO CON LA EXCELENCIA EN 2023

CALIDAD
Norma NTC ISO
9001: 2015

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

SELLO DE SOSTENIBILIDAD

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
Estándares
mínimos legales



SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

▶ GRI 302-303-304-305-306

El sistema de gestión ambiental de la Cadena tiene como propósito contribuir a los objetivos de sostenibilidad mediante la sensibilización, concientización y formación en la aplicación de

buenas prácticas en el uso eficiente y racional de los recursos, específicamente en: energía, agua, residuos, combustibles, y disminución de la huella de carbono.



NUESTROS COMPROMISOS AMBIENTALES A PARTIR DE LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS SON:

✓ Principios y valores

- Respeto al individuo, a la comunidad y al medioambiente.

✓ Política del sistema integrado:

- Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actuaciones.
- Crear una cultura de cuidado, respeto y protección al medioambiente.

✓ Enfoque ambiental del sistema integrado:

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

RCN Radio es una Empresa de servicios de telecomunicaciones, donde el principal recurso utilizado para sus actividades es la energía, no somos grandes generadores de residuos.

Internamente se promueven permanentemente campañas para concientizar en el correcto uso de los recursos mediante la aplicación de las 3R

Reducir, Reutilizar y Reciclar, de la misma manera la infraestructura de la Empresa cuenta con puntos ecológicos que permiten clasificar los residuos según su disposición final. En varias de sus sedes la luz y el agua funcionan con sensores lo que permite un mejor uso de estos.

A través de nuestros micrófonos y páginas en internet se transmiten contenidos, campañas, entrevistas que apoyan iniciativas de cuidado y protección del medioambiente.

✓ Gestión de energía:

- Siendo el principal recurso, la energía, utilizado en el core del negocio se implementan estrategias que contribuyen a la reducción y uso de energías limpias.

El consumo de energía en RCN durante 2023 fue de 15.435.556 Kw-hora/mes que comparado con la cifra de 14.293.080 Kw-hora/mes de 2022 representó un aumento de 1.142.476-hora/mes, equivalente a un 11,424%.

Efectivamente como era esperado, en el 2023 se presenta ligero incremento en el consumo de energía debido a un aumento de actividad en las emisoras y a las solicitudes de algunas gerencias de mejorar sus condiciones de cubrimiento. Vale la pena resaltar que aún seguimos por debajo del consumo de energía pre-pandemia del



año 2019 que fue de 15.882.652 Kw-hora/mes. En el 2024 se espera obtener disminución del consumo de energía comercial gracias al aporte

del sistema de generación de energía solar recientemente instalado en Manizales.

	2022	2023	Aumento	Pre-pandemia año 2019
GRI 302-1; GRI 302-3	14.293.080 Kw-hora/mes	15.435.556 Kw-hora/mes	1.142.476-hora/mes. Equivalente a un 11,424%.	15.882.652 Kw-hora/mes.

Dato que incluye consumo en sedes y transmisores.

GESTIÓN DE ACEITES Y COMBUSTIBLE PARA PLANTAS DE ENERGÍA

Durante 2023 se realizaron 55 mantenimientos de plantas que consumieron un total de

161.5 galones de aceite lubricante y un total de 15.002,63 galones de combustible.

	2022	2023
GRI 302-1; GRI 302-3	Aceite lubricante	161.5 gal.
	Combustible	17.942.55 gal.

No es posible hacer un comparativo equilibrado con los consumos del año anterior debido a que el número de mantenimientos requeridos en 2023 fue inferior al de 2022 (78), y a que se

alargaron los tiempos de esta acción de 18 a 24 meses, manteniendo las 250 horas de funcionamiento.

✓ Gestión del combustible - vehículos propios

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 3,38% y en diésel 9,27%, representados en galones.

	Combustible	2022	2023	Diferencia
GRI 302-1; GRI 302-3	Gasolina	20.057 galones	19.381 galones	3,38%
	Diésel	8.109 galones	7.358 galones	9,27%

RCN Radio está comprometida en la renovación de sus vehículos por tecnologías eficientes en la gestión del combustible; el 71% de estos no supera los 10 años de antigüedad.

✓ Renovación de vehículos

RCN Radio está comprometida en la renovación de sus vehículos por tecnologías eficientes en la gestión del combustible; el 71% de estos no supera los 10 años de antigüedad.

manera se busca el mínimo consumo energético y de emisiones, se tienen en cuenta las especificaciones técnicas de los carros, menor cilindraje, el tipo de combustible, entre otros.

En la selección y/o compra de los vehículos es fundamental la gestión del combustible; de esta

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

- **Los conductores:** en la selección de los nuevos conductores se buscan personas con experiencia; desde su ingreso a la Empresa reciben capacitaciones de buenas prácticas de conducción para el ahorro de combustible.
- **Los vehículos:** todos los vehículos (camiones, móviles y motocicletas) cumplen con sus mantenimientos preventivos y correctivos, de esta manera se controla el uso de consumo de combustible, y se garantiza la disminución de emisiones contaminantes.



✓ **Gestión del agua:**

2023 GRI 303-5 M³	Bogotá	3.873 m ³
	Ciudades	12.498 m ³
	Total	16.371 m ³

Unidad de medida en metros cúbicos.

✓ **Gestión de los residuos**

	Economía circular y prevención y gestión de residuos	RCN Radio		
		Toneladas (T)		
		Bogotá	Ciudades	Total
Residuos peligrosos generados (t) por tipología GRI 306	Montajes eléctricos y electrónicos, baterías, interruptores, vidrios.	0,732	0,035	0,767
	Desechos clínicos biosanitarios y farmacéuticos.	0,002		0,002
	Residuos derivados y contaminados con hidrocarburos.		0,003	0,003
	Lámparas fluorescentes.	0,031	0,004	0,035
	Refrigerantes usados R-22.	0,003	0,025	0,028
	Refrigerantes usados R-410.			0,054
	Envases plásticos impregnados de HC u otras sustancias.		0,012	0,012
	Otros residuos.	0,451	0,010	0,461
	Totales	1,219	0,089	1,362

	Economía Circular y Prevención y Gestión de Residuos	RCN Radio		
		Toneladas (T)		
		Bogotá	Ciudades	Total
Residuos NO peligrosos generados (t) por tipología GRI 306	Orgánicos de origen vegetal y animal.		0,832	0,832
	Vidrio con excepción del vidrio de los tubos rayos catódicos.	0,264	0,167	0,431
	Agregados sueltos de construcción, escombros, capa orgánica.	1,180	1,339	2,519
	Papel y Cartón.	1,474	1,565	3,039
	Plástico.	0,104	0,403	0,507
	Madera.	0,380	0,134	0,514
	Cachaza y chatarra.	0,174		0,174
	Demas residuos o desechos no clasificados previamente.	17,67		17,666
	Totales	21,242	4,440	25,682

Se hace la diferencia entre Bogotá y ciudades porque en estas últimas se realice la segregación de los residuos mas no se tienen certificados de su disposición final.

✓ Dato para la ciudad de Bogotá:

Gestión De Residuos	Tipo	Residuos Eliminados	Residuos No Eliminados	Total
	Peligrosos	37,4%	62,6%	100
	No peligrosos	71,2%	28,8%	100

✓ Huella de carbono - determinación del alcance

► GRI 305-1, 305-2,305-3

Para el año 2023 la huella de carbono se calcula para todas las sedes en los alcances 1 y 2 y el 3, que corresponde a otras emisiones directas, se hace únicamente para la ciudad de Bogotá dado que es posible la verificación con certificados de disposición. En el resto de las ciudades se tienen condiciones como:

- Algunas oficinas están en edificios y aunque se tiene el conteo de segregación de residuos no se certifican exclusivamente para RCN Radio, en otras y por ser ciudades muy pequeñas se tiene igualmente el conteo y tampoco se cuenta con la infraes-truc-

tura necesaria para cumplir con este objetivo.

- En cuanto a la disposición de los residuos que se generan en los mantenimientos preventivos y correctivos de los vehículos como llantas, baterías, filtros, aceite, lodos, etc., se hace a través de los proveedores (concesionarios), sin embargo, no se generan certificados de disposición exclusivos de RCN Radio, son de los vehículos atendidos en el año por el proveedor.

Emisión		Descripción
Alcance	1. Directos.	Consumo de combustibles en vehículos propios, plantas de emergencia, ACPM y gasolina.
	2. Indirectos por energía.	Consumo de energía eléctrica: red nacional interconectada.
	3. Otras emisiones directas.	Emisiones por: <ul style="list-style-type: none"> • Consumo de papel: blanco y ecológico. • Generadas por residuos sólidos, papel, papel periódico, cartón, plástico, vidrio, pilas. • Misiones por viajes de funcionarios aéreos y terrestres.

✓ Resultados huella de carbono 2023 por alcance

Misiones de GEI directas e indirectas (tCO ₂ eq)		Emisiones de GEI (tCO ₂ eq)	%
	Emisiones directas GEI (alcance 1).	468,79	21,3
	Emisiones indirectas GEI (alcance 2).	1728,78	78,6
	Emisiones indirectas GEI (alcance 3).	1,94	0,1
	Total	2199,51	100,0

Metodología utilizada: GHG Protocol. Fuentes factor de emisiones alcances 1 y 2: Unidad de Planeación Minero-Energética - UPME - Calculadora FECOC 2016. DEPFRA 2023. Resolución 762 de 2023 - Unidad de Planeación Minero-Energética - UPME.

En el cálculo de la huella de carbono de RCN Radio se tuvo en cuenta para los alcances 1 y 2 información de todas las ciudades. Para el alcance 3 se tuvo en cuenta únicamente información de RCN Radio.

La huella de carbono de RCN para el año 2023, fue de 2170.70 toneladas de CO₂eq y se desglosa en tres alcances distintos:

- **En el primer alcance**, se emitieron 439.98 toneladas de CO₂eq, lo que representa el 20,3% del total. Por otro lado, el segundo alcance contribuye significativamente con 1728.78 toneladas de CO₂eq representando el 79,6% del total. Finalmente, el tercer alcance contribuye con una cantidad mínima de emisiones, solo 1.94 toneladas de CO₂eq, lo que representa solo el 0.1% del total.
- **En el alcance 2**, es crucial destacar que, aunque es donde se generan la mayor cantidad de emisiones, también es donde se puede observar el impacto positivo derivado de la implementación de proyectos de energía sostenible. Entre estos proyectos se incluyen la instalación de sistemas de energía solar, la adopción de bombillas LED en las

torres, el uso de fuentes de energía limpia en los transmisores, y otras iniciativas descritas en el componente de energía. Estas acciones no solo contribuyen a reducir la huella de carbono asociada con la generación de energía, sino que también demuestran el compromiso de la Organización con la sostenibilidad y la mitigación del cambio climático.

- **Para el alcance 3**, es importante señalar que durante el periodo de análisis solo se consideraron los residuos generados en Bogotá. Esto se debe a que esta zona es la única que cuenta con la certificación de disposición final, lo que garantiza una gestión adecuada de los residuos y, por consiguiente, su trazabilidad.
- **En la Organización**, se reconoce la importancia de realizar la medición de los indicadores ambientales. Por lo tanto, existe el compromiso de avanzar en la implementación de prácticas que permitan una mayor transparencia y precisión en la medición de la huella de carbono, así como en la adopción de medidas adicionales para reducir los impactos derivados de las operaciones.

✔ Mediciones de radiación

La Cadena ha realizado las mediciones de radiación electromagnética **en todas sus estaciones** y cumplido con los **requisitos de la norma**, para garantizar que los niveles de radiación estén dentro de los **límites seguros**, establecidos por el Ministerio

de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC y los estándares internacionales que establecen límites de exposición en este tema, para garantizar la seguridad y la salud de las personas que viven y trabajan cerca de estas instalaciones.

Medición realizada en las siguientes estaciones:

RCN Radio cuenta con **126 emisoras**: 57 en AM y 69 en FM.

Qué norma se cumple:

- Las normas nacionales referidas a los límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos están contenidas en el decreto 195 de 2005 y la resolución 1645 de 2005 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- La Agencia Nacional del Espectro-ANE el 31 de octubre de 2023 expidió la Resolución No. 773 en virtud de la cual se reglamentaron las condiciones que deben cumplir las estaciones radioeléctricas para controlar los niveles de exposición de las personas a los campos electromagnéticos y modificación de disposiciones respecto del despliegue de antenas.

¿Cuáles son los límites permitidos y cuál el resultado?

Los límites máximos de radiación permitidos son:

Límites máximos de exposición				
Escenario de exposición	Rango de frecuencias	Intensidad de campo E incidente; E_{lme} ($V m^{-1}$)	Intensidad de campo H incidente; H_{lme} ($A m^{-1}$)	Densidad de Potencia Incidente; S_{lme} ($W m^{-2}$)
Ocupacional	0,1 - 30 MHz	$660/f_M^{0.7}$	$4.9/f_M$	NA
	>30 - 400 MHz	61	0.16	10
	>400 - 2000 MHz	$3f_M^{0.5}$	$0.008f_M^{0.5}$	$f_M/40$
	>2 - 300 GHz	NA	NA	50
Público en general	0.1 - 30 MHz	$300/f_M^{0.7}$	$2.2/f_M$	NA
	>30 - 400 MHz	27.7	0.073	2
	>400 - 2000 MHz	$1.375f_M^{0.5}$	$0.0037f_M^{0.5}$	$f_M/200$
	>2 - 300 GHz	NA	NA	10

Estaciones en Amplitud Modulada (A.M.):

Intensidad de campo E incidente; E_{inc} ($V m^{-1}$)	Intensidad de campo H incidente; H_{inc} ($A m^{-1}$)
$660/f_M^{0.7}$	$4,9/f_M$

Estaciones en Amplitud Modulada (V.M.):

Intensidad de campo E incidente; E_{inc} ($V m^{-1}$)	Intensidad de campo H incidente; H_{inc} ($A m^{-1}$)
61	0.16

Resultado de las mediciones

En todas las estaciones de Radio Cadena Nacional SAS las mediciones estuvieron por debajo de los límites máximos permitidos, tanto en la zona ocupacional como en la de público en general.

PROYECTOS DE ENERGÍA SOSTENIBLE

► GRI 401-1 , 401-2, 401-3, 403-5

• Energía solar

En marzo del 2023 se inició la construcción del sistema de generación de energía renovable con 186 paneles solares fotovoltaicos para 100kWP en el Transmisor de Manizales-Cerro de Oro, para ser auto-generadores y proveedores de energía sostenible de generación solar la cual presenta los siguientes beneficios:

- Se dejarán de emitir 1297 kg de CO₂
- Equivalente a sembrar 86 árboles al año
- Potencia a instalar: 100.4 KWh - (361440000 Julios)

- Producción de energía mensual: 10463 KWh - mes - (37666800000 Julios)

El proyecto se desarrolló en 2023 y se puso en servicio el 6 de diciembre, por primera vez real la producción de energía solar en RCN RADIO. Se realizará seguimiento al desempeño del sistema para observar sus beneficios y eventualmente poder hacer nuevos desarrollos en otras estaciones de la compañía.

• Bombillas led en torres

Este proyecto que tuvo como propósito actualizar la tecnología utilizada en la iluminación de las torres que tiene la Compañía para su operación y ser consecuentes con la política de sostenibilidad, disminuir el consumo de energía eléctrica, generar ahorros provenientes de este recurso, y contribuir al medioambiente.

Para la operación de las emisoras se utiliza una cantidad importante de torres de transmisión que deben cumplir con una normatividad, que exige que tengan una iluminación de balizas en la parte superior para advertir su presencia y que otras actividades puedan percatarse de su ubicación, como la aeronavegación, por ejemplo.

Los sistemas de iluminación con los que estaban dotadas usaban bombillas del tipo filamento incandescente, el estándar durante muchos años, que consumía mucha mayor energía que las de otras tecnologías disponibles.

En 2019, por unas fallas de los sistemas de tierra en los transmisores de Yolombó en Medellín, las luces de la torre se dañaron insistentemente y no se encontraba solución, por lo que el proceso técnico de RCN Radio propuso una iluminación led importada. Esta tecnología no solucionó el asunto, pero como resultado de la búsqueda, los ingenieros de Medellín modificaron y adecuaron el diseño importado para sustituir lo que se dañaba y lograron fabricar una bombillo LED de bajo consumo que resultó ser la solución final.

A finales de 2021 se refinó el diseño y en 2022 se presentó como proyecto para proceder con el reemplazo de toda la iluminación que utilizan las torres y se pudo comenzar la instalación en el segundo semestre de 2022.

Este trabajo se finalizó en febrero de 2023 de acuerdo con lo que se había planeado. Para resumir este asunto diremos:

Descripción	Total
Total, bombillas	303
Total, bombillas instaladas	303
Total, torres	91
Torres instaladas con led	91
Total, bombillas por instalar	0
Torres por instalar	0

Adicional, se han realizado mejoras en las bombillas: cambio en el color del led de rojo a blanco, manejo de circuitos, impresos e instalación del logo de la Empresa RCN Radio como se muestra a continuación:



• **Sistema Starlink**

En el año 2023 se implementa un nuevo esquema de transmisión para los eventos de ciclismo, utilizando al proveedor internacional de internet vía satélite STARLINK, de manera que se eliminan la mayoría de los puntos intermedios y de esta manera no se requiera la participación de tantos repetidores, obteniendo los siguientes beneficios:

- En 2023 se consumieron 11.477 galones de combustible, aludiendo al uso de 11 vehículos repetidores, comparado con los 23.565 galones de combustible consumidos en 2022 referentes a 23 vehículos, suponen un ahorro de 12.088 galones de combustible, (48,7%) equivalentes al NO uso de 12 vehículos, siendo posible implementar el nuevo sistema con antenas STARLINK.

- Se evidencia que en 2023 se invirtieron 20.664.000 pesos colombianos en combustible que, comparado con la cifra de \$42.428.000 de 2022, supone un ahorro

• Transmisores - difusión

La operación de los transmisores y demás actividades técnicas, en condiciones normales de funcionamiento, no emiten gases de efecto invernadero porque funcionan con energía eléctrica y no se lleva a cabo ningún tipo de combustión en los equipos transmisores; en ese sentido no se hacen actividades orientadas a mitigar los gases, porque no se generan.

Es importante resaltar que la energía que se consume está directamente relacionada con la potencia de nuestras difusiones, las cuales son un parámetro esencial y requisito para ser concesionario de radiodifusión; está vigilado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

• Electricidad generada a partir de fuentes renovables periodo - energía limpia

Durante el año 2023 se utilizaron 2 fuentes de energía renovables en el periodo, una

de \$21.764.000, equivalente a un 48,7%, siendo posible por la implementación del nuevo sistema con antenas STARLINK, que requiere menos uso de vehículos.

procedente del proveedor ENEL de quien recibimos la certificación de energía limpia y la segunda está originada en el proyecto de energía solar en Manizales.

Las cantidades de energía están distribuidas y certificadas de la siguiente manera:

- Para la certificación con I-REC por ENEL, se presenta un total de **2.414.217,640 MWh = 2.414.217 KWh = 8691181200000 Julios**, en la cual se recibió la certificación para la ciudad de Bogotá en el año 2023, por uso de energía limpia en transmisores, es decir de fuentes renovables que no producen emisiones de carbono. Nuestro proveedor de energía en transmisores de Bogotá es Enel y el certificado lo otorga The International Rec Standard.



Certificados Remididos						
Dispositivos de Producción						
Planta de Producción	Dominio de Origen	Fuente de Energía	Tecnología	Tipo de Apoyo	Fecha de Puesta en Marcha	CARBONO (CO2/ MWh)
Guavio	Colombia	Hydro-electric	Dam	No	1992-1201	0,000000
Certificados Remididos						
Número inicial de identificación de Certificados	Número final de identificación de certificados	Número de certificados	Atributos de compensación	Periodo de producción desde/ hasta	Emisor	
0000-0219-0958-4851-589569	0000-0219-0958-4851-589569	2.414.217640	Incl	2023-01-18 2023-02-12	Ecsim	

Notas del auditor

Esta declaración es prueba de la redención segura y única de los I-REC indicados anteriormente para que el beneficiario designado se informe sobre el consumo en el país durante el año de referencia indicado.

Los REC se asignan a un beneficiario en el momento del canje y no se pueden asignar a un tercero. Ningún otro uso de estos I-REC es válido bajo el I-REC Standard.

Cuando los atributos de compensación son "inc", el registrante del dispositivo, que posee exclusivamente los derechos de los atributos ambientales, se ha comprometido a nunca liberar compensaciones de carbono en asociación con estos MWh; "excl" significa que las compensaciones de carbono relacionadas con estos MWh pueden negociarse independientemente en algún momento en el futuro.

Para obtener información sobre el esquema de etiquetado, consulte el sitio web del esquema. El listado del esquema de etiquetado puede no ser exhaustivo.

- Para el proyecto de Energía solar se presenta producción de energía mensual de 10463 KWh (37666800000 Julios), siendo éste instalado con 186 paneles solares fotovoltaicos para 100kWP en el Transmisor de Manizales-Cerro de Oro, con el fin de ser autogeneradores y proveedores de energía sostenible presentando los siguientes beneficios:

- Se dejarán de emitir 1297 kg de CO₂
- Equivalente a sembrar 86 árboles al año
- **Potencia a instalar:** 100.4 KWh - (361440000 Julios)

- **Renovación bombillas sede principal - Bogotá**

El objetivo es reducir el impacto ambiental y económico de las bombillas y lámparas tradicionales por ahorradoras, de menor consumo de energía, así como brindar seguridad y confort a los trabajadores ya que desprenden menos calor que los focos normales y reducen las emisiones de dióxido de carbono, actividad que se realiza de manera simultánea con los mantenimientos de iluminación.

Las nuevas bombillas consumen un 75% menos energía eléctrica y duran hasta 10 veces más de los focos incandescentes.

De 2.398 unidades de bombillas y lámparas en la sede, se ha avanzado en un 57% que corresponden a 1367, quedando para cambio el 43% que equivale a 1031. El cambio se realiza cuando las existentes se dañan o se realiza una obra.

- **Consumo de electricidad procedente de fuentes renovables y no renovables.**

No se puede garantizar a nivel nacional cuánta electricidad proviene de fuentes renovables y no renovables; la única garantía que tenemos es la que se ha comentado anteriormente en "The International Rec Standard" que corresponde exclusivamente a una parte de la energía que se consume en Bogotá.

2.414.217,640 MWh = 2,414,217 KWh = 8691181200000 Julios

- Consumo de energía de origen renovable
 - Consumo total de energía eléctrica (16.166.213 Kw/h): 100%.
 - Consumo de energía autogenerada fotovoltaica (418 Kw/h): 0,01%.
 - Consumo de energía certificada Renovable (2.414.217 kw/h): 14,93%.

- **Consumo energético desglosado por tipo de energía**

Indicador	Unidad	Kw/H	Julios	Porcentajes del Total	
				Todo a Joules y Sacar los %)	
Diésel	GAL	17942,55	730.239	2628861840000	4,5%
Consumo total de energía eléctrica	MJ	670951553	16.166.213	670951553040000	100%
Consumo energía eléctrica del sistema interconectado nacional**	MJ	666816019,2	15.435.556	666816019200000	95,5%
Consumo de energía autogenerada fotovoltaica	MJ	1506672	418	1506672000000	0,01%

MOVILIDAD SOSTENIBLE - PROGRAMA VIAJES VERDES EN BICICLETA

En mayo de 2022 se creó el programa de movilidad sostenible, viajes verdes en bicicleta con alcance a la ciudad de Bogotá, con los objetivos de:

- ✓ Contribuir a la movilidad sostenible y disminución de huella de carbono mediante el préstamo de bicicleta.
- ✓ Aumentar el número de bici usuarios en RCN Radio Bogotá con una flota propia de 16 bicicletas compradas con el apoyo de Colsubsidio (retorno de la inversión).
- ✓ Las bicicletas se prestaron inicialmente a los trabajadores para su movilidad en sus recorridos casa-trabajo-casa y cercanías RCN Radio, con cumplimiento de condiciones de seguridad (Apoya la ARL Bolívar).
- ✓ En el año 2023 las bicicletas se rifaron entre los trabajadores.



OTRAS ESTRATEGIAS AMBIENTALES IMPLEMENTADAS EN EL AÑO 2023

✓ Energía

- Desconectar equipos que no están en uso y evitar consumo fantasma.
 - Realización de inspecciones periódicas a la infraestructura e identificación de acciones de mejora.
 - En las sedes se ha implementado el uso de bombillas ahorradoras, o LED.
 - Instalación de sensores de luz en instalaciones para reducir el consumo.
 - Se ha estimulado el control de franjas horarias para el uso de aires acondicionados.
 - En los transmisores, el uso de ventiladores en áreas de habitación tiene un funcionamiento únicamente de 45 minutos, cada 2 horas.
 - Promoción de toma de conciencia y refuerzo mediante campañas de ahorro para los diferentes recursos.
 - En horas nocturnas, se bajan los transmisores a media potencia, reduciendo el consumo de energía.
 - En infraestructura física, cuando es posible, se prefiere la iluminación por luz natural.
- Seguimiento por la aplicación de herramienta informática de consumo de energía y por el business intelligence, por gerentes y proceso técnico.
 - Configuración de control automático del encendido de las plantas eléctricas para operarlas sólo cuando se requieren.
 - Cumplimiento de los mantenimientos programados a las plantas eléctricas.
 - El uso de plantas únicamente se activa cuando se presentan cortes de energía.
 - Al finalizar la jornada laboral administrativa, el personal del proceso de Seguridad procede a realizar recorrido por las instalaciones apagando las luces que ya no son necesarias para el funcionamiento de RCN Radio.

✓ Agua

- Realización de inspecciones periódicas y mantenimiento oportuno de grifos de agua y cisternas.
- Promoción de toma de conciencia y refuerzo mediante campañas de ahorro para los diferentes recursos.

- Progresivamente se han instalado baterías sanitarias ahorradoras.
- Algunas sedes, hacen recolección y uso de aguas lluvias para actividades domésticas y de jardinería.
- Instalación de sensores de agua en baños para reducir el consumo.

 **Disposición de residuos**

- Campañas permanentes para la correcta disposición de residuos, así como su disminución y reutilización.
- La infraestructura cuenta con puntos ecológicos demarcados.
- En varias sedes se tienen contenedores de tapas plásticas, botellas.
- De manera gradual se están eliminando las canecas en las oficinas y se dispone de puntos ecológicos.
- Se cuenta igualmente con centros de acopio.
- Se han fortalecido las buenas prácticas de uso digital para la reducción de papel y uso de impresoras.

 **Eco Podcast de RCN Radio- ejemplo de acciones dirigidas a la comunidad**

Un espacio en formato podcast disponible en las diferentes plataformas de audio en demanda, producida y dirigida por el periodista Alfonso José Morón Reales (Pepe Morón) y con el que se busca informar sobre la crisis climática y otras amenazas que enfrenta el medioambiente en Colombia y el planeta en general.

Un trabajo periodístico completo que utiliza formatos ágiles como la crónica, los informes en campo o territorio, las investigaciones científicas y las entrevistas con expertos, para mostrar lo que pasa en el medioambiente del país. Una fórmula que le ha permitido recorrer puntos de la geografía colombiana donde los medios de comunicación no llegan.

En ese mismo sentido, se puede destacar que este programa es una especie de vocero de las comunidades y el encargado de dar voz a los que habitan en esos territorios del país, donde

el Estado parece no llegar. Una estrategia que ha sido útil para mostrar que el riesgo al que se enfrenta el medioambiente de Colombia está ligado a otras problemáticas como la compleja situación de orden público que se vive en los territorios y el accionar de los grupos armados ilegales, que, con algunas actividades ilícitas como la minería y el cultivo de drogas, mantienen su economía irregular y arrasan con el medioambiente.

Con invitados de primer nivel, que incluyen ministros, líderes ambientales, académicos, comunidades indígenas, empresarios y líderes gremiales, el Eco Podcast de RCN ha potenciado su trabajo en pro de amigar al medioambiente con algunas actividades humanas como la industria, la economía, la política y la tecnología, mostrando que desde sectores como el empresarial y jurídico, se pueden implementar estrategias y formas de salvar al planeta.

Ejemplo de esa intención, es el especial “Economía y Medioambiente” que en sus tres entregas explica que la protección ambiental es un tema que crece entre los empresarios del país. Una perspectiva que deja claro que hay posibilidades de proteger los recursos medioambientales al tiempo que se goza de una economía óptima. Sumado a ello, es un espacio con el que se pretende mostrar y resaltar los esfuerzos que se hacen desde distintos sectores, para mitigar el daño hecho al planeta. Todo, en un lenguaje sencillo y amigable con una audiencia amplia, a la que se le muestra el ‘medioambiente’ como un tema de todos, sin distinción de estrato social, edad, región de origen o estudios académicos cursados.



SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

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

Nuestros compromisos con la seguridad y salud en el trabajo a partir de los lineamientos estratégicos son:

✓ Principios y valores

Compromiso con el bienestar y la calidad de vida de nuestros trabajadores y de sus familias.

✓ Política del sistema integrado

Implementar estrategias para controlar los peligros y reducir los riesgos y generar ambientes de trabajo seguros y armónicos.

✓ Enfoque se seguridad y salud en el trabajo del sistema integrado.

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

Los indicadores y resultados en temas de seguridad y salud en el trabajo evidencian el compromiso de la Empresa con la salud física y mental, así como con las condiciones de seguridad de su talento humano para la realización diaria de las actividades y que repercuten de manera directa en el bienestar personal, familiar y los resultados del negocio.

- Seguridad y salud en el trabajo es un sistema certificado por ICONTEC, con los mejores resultados en el seguimiento de estándares por la ARL Bolívar y valorado positivamente por los trabajadores en la encuesta de clima organizacional, así como en la auditoría al sello de sostenibilidad.
- En el año 2022 el SG SST obtuvo el premio Inspiradores de Tranquilidad en la categoría ORO, máximo nivel de reconocimiento, otorgado a RCN Radio por la ARL Bolívar con resultados en accidentalidad para empresas de más de 1000 trabajadores.

- Aunque todos los meses se realiza actividades orientadas a la salud física, mental y social de los trabajadores se tiene un programa llamado por un “bienestar sostenible” que se lleva a cabo todos los años en el mes de septiembre y está orientado a temas que contribuyen a la calidad de vida en general.

- Anualmente y en el marco del programa por un bienestar sostenible se realiza la jornada de “primeros auxilios psicológicos” en donde los trabajadores tienen la oportunidad de tener sesiones con psicólogos expertos en temas de salud mental; en el 2023 se realizó la tercera jornada y participaron más de 40 trabajadores.

- Como temas relacionados con la sostenibilidad, la inclusión y la salud mental se ha desarrollado el programa “con mi mascota en RCN Radio” con días especiales para caninos y felinos.

- Nuestro programa de vigilancia epidemiológica contempla un seguimiento a la salud cardiovascular, osteomuscular, psicosocial, visual, auditiva y vocal.

- En todas las ciudades en donde tiene presencia RCN Radio existen los Comités de Convivencia, y los Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST).

- Contamos con un servicio médico y de enfermería que apoya la gestión del sistema, además de auditores integrales y otros específicos en SG SST.

- 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 control de los riesgos.

✓ Accidentalidad

- Los accidentes, 19 en total en 2023 obedecen en su mayoría a causas por caídas leves



a nivel y golpes, especialmente por falta de cuidado y atención y no necesariamente ocasionados por el trabajo.

- Desde hace más de 10 años no se reportan enfermedades laborales como tampoco fallecimientos.

Número, frecuencia y gravedad de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales por sexo		
Indicadores de accidentabilidad	Mujeres	Hombres
Nº de horas efectivas trabajadas por género.	1.380.559	2.458.278
Nº de días perdidos por accidentes de trabajo.	129	115
Nº de accidentes con baja (sin contar in itinere).	11	9
Nº de enfermedades profesionales detectadas.	0	0
Nº 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

El aumento de índice de frecuencia y por severidad están ocasionados especialmente por los accidentes e incapacidades del campeonato interno de fútbol 2023 en versión femenina y masculina.

✔ **Absentismo**

Horas relacionadas con licencias de luto, sanciones e incapacidades

Criterios tenidos en cuenta para calcular el absentismo	Horas de absentismo	
	Hombres	Mujeres
Licencias luto	1.376	712
Sanciones	672	312
Incapacidades	15.100	12.348

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

✔ **Validación estándares mínimos del SGSST resolución 0312 de 2019**

Validación estándares mínimos del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo SG SST - Resolución 0312 de 2019 en el año 2023 fue de 98%.

PHVA	Variable	Peso en %	Resultado en %
PLANEAR - 25% -	Recursos	10%	25%
	Gestión integral del SG SST	15%	
HACER - 60% -	Gestión de la salud	20%	59%
	Gestión de amenazas	10%	
	Gestión de peligros y riesgos	30%	
VERIFICAR - 5% -	Verificación del SG SST	5%	5%
ACTUAR - 10% -	Mejoramiento	10%	10%
TOTALES		100%	98%

Fuente: ARL Bolívar.



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

SISTEMA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

El hecho destacado en este sistema es su implementación y posterior certificación de ICONTEC en la norma ISO 27001 que permite a la Empresa aplicar mejores prácticas para reducción de riesgos en la información y servicios tecnológicos.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - TRANSVERSAL A TODOS LOS SISTEMAS

✓ Auditorías

En el año 2023 se dio continuidad al seguimiento y mejora de nuestros sistemas de gestión con capacitaciones, campañas de sensibilización, asesoría a procesos, seguimiento a acciones correctivas y de mejora, y realización de auditorías internas y externas.

Auditorías internas	
Tema	Resultado
Ciudades auditadas.	43
Cuatro sistemas de gestión auditados.	Calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo, seguridad de la información.
Principal área para la mejora.	Fortalecer los métodos de análisis de causas, como los cinco porqués.

Auditorías externas	
Sistema de gestión	Resultados
Calidad Norma NTC ISO 9001: 2015	Todos los sistemas están certificados por ICONTEC hasta el 2025
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	
Sello de sostenibilidad (2020-2023)	92, 32, categoría excelencia Otorgado por ICONTEC

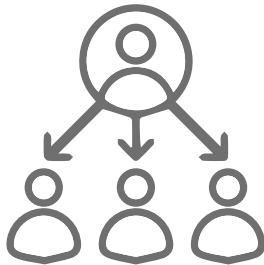
✓ El sistema de seguridad y salud en el trabajo

Auditado por	Objetivo	Resultado
ARL Bolívar	Validar el cumplimiento de estándares mínimos según resolución 0312 de 2019 realizada al sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.	98/100



• **Proveedores**

▸ GRI 308-1, 308-2, 414,1, 414-2



- ✓ Casi el 90% de los proveedores de RCN Radio son nacionales y dada la esencia del negocio que es la radiodifusión sonora, los principales son las empresas de energía en cada ciudad.
- ✓ Las compras en la medida de lo posible se realizan a proveedores que ofrezcan materiales reciclables y amigables con el medioambiente.
- ✓ Como Empresa orientada a la sostenibilidad y a la responsabilidad social se busca promover la industria local, buscando que estos cumplan igualmente con compromisos que están documentados en los procedimientos de compras, de contratistas, entre ellos de:
 - 1 Política interna de proveedores
 - 2 Calidad
 - 3 Seguridad y salud en el trabajo
 - 4 Medioambiente
 - 5 Sostenibilidad, derechos humanos, trabajo infantil
 - 6 Seguridad de la información
- ✓ Este cumplimiento se verifica anualmente mediante la evaluación y reevaluación de proveedores, así como en las auditorías internas y externas a los sistemas de gestión de RCN Radio: calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo, seguridad de la información y sello de sostenibilidad.
- ✓ A los proveedores evaluados se les retroalimenta en posibles opciones de mejora.
- ✓ En el año 2023 aumentamos el número de proveedores en proporciones similares y con un mayor porcentaje en proveedores pequeños.
- ✓ En el año en mención no se encontraron impactos negativos en la cadena de suministro, así como tampoco en temas ambientales, derechos humanos, trabajo infantil.

Año	No. Proveedores	Grandes		Medianos		Pequeños	
		No.	%	No.	%	No.	%
2023	1770	9	0,51	193	10,9	1568	88,6%
2023	1751	9	0,51	191	10,9	1551	88,6%

• **Anticorrupción**

▶ GRI 205-1, 205-2, 205-3



✓ Como parte del sistema de gestión de la calidad se cuenta con programa de ética empresarial del cual hacen parte los sistemas de prevención del riesgo:

1 **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.

2 **PTEE:** Programa de Transparencia y Ética Empresarial de prevención del riesgo de corrupción y soborno transnacional.

✓ En cuanto a la valoración inicial de riesgos realizada en 2023, los resultados están en niveles óptimos, son producto de un análisis A PRIORI, de la efectividad de forma oportuna, efectiva y eficiente sobre los riesgos identificados que permiten mitigar el riesgo inherente de la Empresa.

✓ RCN Radio S.A.S., cuenta con una matriz de riesgos que le permite identificar, individualizar, segmentar, evaluar y controlar los riesgos LA/FT/FPADM y C/ST, a los que se podría ver expuesta, conforme a los factores de riesgo LA/FT/FPADM y C/ST, identificados.

✓ En el momento se identifican en total, 19 riesgos; 2 riesgos relacionados con LA/FT/FPADM, 7 riesgos relacionados con corrupción y fraude y 10 riesgos relacionados con LA/FT/FPADM/C/ST.

✓ Como parte de la debida diligencia se realizó un monitoreo transaccional masivo en listas restrictivas (informativas, asociadas a LA/FT corrupción u otras similares, PEPs, corrupción u otros delitos (penal), afectación financiera, sanciones administrativas) a trabajadores, clientes a proveedores a finales del 2023 que dio como resultado un riesgo bajo sin encontrarse en ninguno de estos, casos de corrupción.

✓ El programa está bajo la responsabilidad de un oficial de cumplimiento externo a la Compañía.

✓ Los temas de formación se presentaron en el capítulo de talento humano.

- **Percepción del servicio, quejas y reclamos**

▶ GRI 2-16



- ✓ Se tienen directrices claras para el contenido publicitario que se emite al aire y en las diferentes páginas con normas internas, que definen qué tipo de publicidad se considera aceptable y cuál no. Incluye restricciones sobre contenido engañoso, ofensivo, discriminatorio, o que promueva comportamientos perjudiciales en la sociedad colombiana.
- ✓ Se realiza igualmente una revisión y aprobación previa de los contenidos publicitarios, realizando revisión rigurosa para toda la publicidad antes de su emisión, lo cual implica asegurarse de que el contenido cumpla con las directrices establecidas y no contenga mensajes que puedan ser dañinos para la audiencia.
- ✓ El área jurídica de RCN Radio vigila y realiza un control en el cumplimiento de la regulación colombiana, actualizando en nuevas leyes y regulaciones locales relevantes para la publicidad. Esto incluye comprender las restricciones específicas para ciertos productos o servicios, como el alcohol, el tabaco, o los juegos de azar, entre otros.
- ✓ De la misma manera, y en lo referente a contenidos, se cuenta con unos valores de contenido para noticias (transparencia, respeto, pluralidad y equilibrio, independencia editorial, relevancia, calidad y rigor, presencia regional, calidad humana, responsabilidad, servicio a la comunidad y protección de los derechos humanos) y para entretenimiento (compañía, participación, pluralidad, talento, servicio a la comunidad, protección a la audiencia, inmediatez, responsabilidad, credibilidad y privacidad) que se deben cumplir como parte de nuestros compromisos de contenidos responsables.

- **Satisfacción del cliente anunciante**



- ✓ Anualmente se realiza un seguimiento a la satisfacción del cliente anunciante a través de encuestas telefónicas, las cuales proporcionan información sobre la probabilidad de que los encuestados promocionen la marca, producto o empresa, clasificándolos como detractores o promotores según la metodología del Efecto Promotor Neto. El Net Promoter Score (NPS) / Efecto Promotor Neto EPN es una herramienta de medición de la lealtad y satisfacción de los clientes de RCN Radio. El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.
- ✓ Efecto Promotor Neto - Fidelización Promotor Neto
 - 1 En el marco del Promotor Neto, se considera a los promotores como activos valiosos que contribuyen al crecimiento beneficioso debido a su repetición en compras.
 - 2 El indicador del Promotor Neto se realizó formulando la siguiente pregunta.



¿RECOMENDARÍA A RCN RADIO O SUS EMISORAS COMO MEDIO PARA COMUNICAR SU MARCA A ALGÚN AMIGO O COLEGA?

	MUY PROBABLE		NEUTRO		MUY POCO PROBABLE					
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
PROMOTOR	█	█								
PASIVO			█	█						
DETRACTOR					█	█	█	█	█	█

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

Resultados - Efecto Promotor Neto -EPN- RCN Radio – 2023 fue de 84%

- NPS / EPN de 84%, es alto y sugiere una lealtad y satisfacción de nuestros clientes. Indica que nuestros clientes valoran nuestro servicio y tienen alta probabilidad de recomendarlos a otros clientes.
- Este nivel de resultado es un indicador de un fuerte rendimiento operacional y que RCN Radio goza de una excelente relación con sus clientes.



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

- ✓ Metodología: encuesta telefónica CATI.
- ✓ Fecha de realización octubre – diciembre 2023.
- ✓ Empresa: Satelice.
- ✓ Tamaño de muestra: 360 clientes.
- ✓ Tamaño de muestra distribuida en las regionales: Bogotá, Tolima, Costa, Antioquia, Santander y Occidente.
- ✓ El Efecto Promotor neto (EPN), es igual a promotores menos detractores.

Atención al oyente



RCN Radio tiene un mecanismo de atención a sus partes interesadas, especialmente a oyentes, usuarios y comunidad en general, con el nombre de LÍNEA OPINE Y SUGIERA.

<https://www.rcnmundo.com/atencionaloyente/>

Mediante ella se reciben quejas, reclamos, sugerencias, opiniones, solicitudes, reclamos, temas de derechos humanos.

De manera regular se envía reporte de estas solicitudes a directores de emisoras, gerentes, líderes de procesos, según corresponda y se da respuesta en un tiempo menor a ocho días.

En el 2023, se reportaron **627** asuntos, en un 60% relacionados con solicitudes, seguido del asunto quejas en un **18,34%**.

ASUNTO	Total general	%	Asuntos relacionados con
Solicitud	382	60,93	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades laborales y prácticas por medio de hojas de vida. Información con respecto a precios de cuñas radiales y digitales. Oyentes que quieren ser entrevistados en las emisoras. Audios de las emisoras que contienen entrevistas. De colegios y universidad para la presencia de alguna emisora en las instalaciones en algún evento. Información de las emisoras como números a los cuales pueden comunicarse, número de WhatsApp y correo de periodistas. Emitir canciones de artistas emergentes.
Queja	115	18,34	<ul style="list-style-type: none"> Lenguaje inapropiado por parte de los periodistas en los programas de noticias. Daños en el streaming de las emisoras en RCN MUNDO.
Opinión	41	6,54	<p>De oyentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Programación de emisoras. Por el retiro o cambio en la programación de las emisoras sobre las noticias emitidas.
Reclamo	38	6,06	<ul style="list-style-type: none"> Derechos de petición. Rectificación de la información suministrada en las noticias publicadas.
Sugerencia	31	4,94	<p>De oyentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Para las páginas y aplicaciones de las emisoras. Programación de las emisoras.
Comentario positivo	15	2,39	<ul style="list-style-type: none"> Felicitaciones a los periodistas por la forma en que transmiten las noticias. Felicitaciones a los disc jockey por la programación musical.
Derechos humanos	5	0,8	<ul style="list-style-type: none"> Oyentes quieren ser entrevistados para temas de violencia o abusos por parte de los funcionarios públicos.
TOTAL	627	100	

- **Línea ética RCN Radio**



A la lineaetica@rcnradio.com.com que tiene entre otros objetivos el de recibir de las partes interesadas quejas, reclamos, denuncias o dudas que atenten contra la ética y actuaciones empresariales en el servicio que presta RCN Radio, en el año 2023 no se presentó ningún reporte.

- **Cumplimiento Ley de protección de datos**

- ▶ GRI 418-1



A la línea de cumplimiento a la ley de protección de datos personales <https://www.rcnradio.com/legal/politica-de-proteccion-de-datos-personales> - Ley 1581 de 2012 que reconoce y protege los derechos de las personas a conocer, actualizar y rectificar sus informaciones recogidas en bases de datos o archivos, no se presentó en el año 2023 ninguna reclamación.





EN TU FRECUENCIA

RADIO
FANÁSTICA

PÁGINA WEB

CUENTOS Y CRÓNICAS RCN



GANADORES INTERNOS - CUENTOS



VALENTINA TAMAYO AGREDO

Primer puesto - Medellín

Categoría 1: estudiantes de 1° a 5° primaria

Cuento: NO ENCUENTRO A MI DUENDE

Hija de Zura Paola Agredo Tapias, Líder digital

SARA INÉS ESPITIA RODRÍGUEZ

Primer puesto - Montería

Categoría 2: estudiantes de 6° a 11° bachillerato

Cuento: ODIO

Hija de Arcelio Manuel Espitia Vargas, Disc jockey



MARIANA RODRÍGUEZ ÁLVAREZ

Primer puesto - Medellín

Categoría 3: estudiantes de educación superior

Cuento: EL LABERINTO DEL MINOTAURO

Sobrino de Carlos Rodríguez Z., Asesor comercial



ESTEFANIA PÉREZ BOTERO

Primer puesto - Medellín

Categoría 4: trabajadores de RCN Radio

Cuento: SEÑOR MIL DISFRACES

Periodista



JHON JAIRO OVIEDO CASTIBLANCO

Primer puesto - Ibagué

Categoría 5: padres, tíos y cónyuges de los trabajadores

Cuento: PIEL DE OVEJA

Cónyuge de Adriana Bedoya, Asesor comercial



Empecé buscando debajo de la cama, porque ahí es donde primero todos se esconden, pero nada. En el closet, ahí sí lo iba a encontrar, y tampoco. Mi duende, que siempre me esconde todo, ahora no lo encuentro a él.

Pero todo está intacto, no se llevó nada. ¿Dónde estará?

Mi duende es pequeño, como todos, pero a diferencia de los demás, cambia de color según su estado de ánimo. La última vez que lo vi estaba de color azul, porque se sentía tranquilo, por eso me parece extraño que haya desaparecido sin avisarme, y sin avisarle a los duendes vecinos. Les pregunté si lo habían visto y me dijeron que no.

Me preocupa porque no quiero dormir sin sus buenas noches. Siempre pone lucecitas en mi habitación, de colores, antes de ir a dormir. ¿Qué haré si no regresa?

De solo pensarlo, me dan ganas de llorar. Quisiera decirle que lo siento por cada vez que me enojé con él porque me escondía mis cosas, especialmente cuando ocultó muy bien mi tarea. No entendí en ese momento que era su forma de jugar conmigo y de darme regalos. Siempre que escondía algo y yo lo encontraba, al lado me dejaba un dulce, una flor y a veces billetes. No sé de dónde los sacaba, creo que mi duende proviene de una familia adinerada.

¿Qué cómo se llama? Nunca me dijo su nombre, siempre se reía cuando le preguntaba, pero yo lo llamo «Xilófono», porque cuando canta suena como ese instrumento.

Pero volvamos a lo importante, no encuentro a mi duende y ya me estoy angustiando. Siento que han pasado muchos días, meses, años. No, solo ha estado perdido durante cuatros horas.

¡Eso es mucho! Él nunca sale durante tanto tiempo, estoy segura.

Ya es hora de dormir. Le conté a mi mamá que estaba triste porque «Xilófono» se fue y no ha regresado. Ella me abrazó y me dijo que si quería durmiera con ella, pero yo me negué, de pronto vuelve en medio de la noche y si no me ve en mi cama, se vuelve a ir, y no quiero que eso pase.

Mi mamá me comprendió, me dio un beso y aseguró que el duende sí volverá a casa, que seguramente tiene cosas para hacer y eso lleva su tiempo. Pero es mucho tiempo, mi duende no aparece.

Lloré y lloré, hasta que mis ojos se sentían tan pesados y el sueño me venció.

Ding, ding, ding. ¿Qué es ese ruido? Suena como cuando «Xilófono» canta, todavía estoy soñando, sigo durmiendo.

Tas, tas, el sonido de unas bolsas me despiertan. Me levanto, trato de enfocar mi mirada, pero el sueño que todavía tengo me hace ver borroso. Me froto los ojos, ya veo bien y... ¡Es «Xilófono»! Duende tonto, me tenías sufriendo.

¿Dónde estabas? Le pregunto enojada. Él solo se ríe y me señala las bolsas. Ropa, mucha ropa nueva.

No había notado que mi pequeño duende andaba con ropa vieja ya, nunca lo vi con algo nuevo. ¡Claro! Ahora entiendo, se fue de compras.

Perdóname, le dije, pensé que nunca más te volvería a ver.

«Xilófono» solo sonrió y de la bolsa más grande que tenía sacó un gato gigante, un gato de peluche, el peluche que yo quería.

Cogí a mi duende y lo abracé. Prométeme que no saldrás sin avisarme.



Valentina Tamayo Agredo,
Categoría 1: Estudiantes de 1° a 5° primaria.
Primer puesto, Medellín
Hija de Zura Paola Agredo Tapias, Líder digital

ODIO

— ¿Acaso eres estúpido?

— Todo es tan patético que parece chiste.

— Hubiera sido mejor que me dijeras las cosas en privado y te evitabas tremenda humillación— Le dije mientras todos nos miraban.

Y así, es como de esta manera, él logró que nuestra amistad cambiara repentinamente a algo completamente diferente, odio.

...

Nos conocimos siendo unos niños descuidados e imprudentes.

Pensándolo ahora no sé cómo llegó a agradarme, David era un niño insoportable, todo el mundo lo sabía, hasta sus propios padres lo habían dicho en su momento, claramente, pensando que no los estábamos escuchando.

Lo único que teníamos en común era que odiábamos lo que nuestros padres decían de nosotros. Mis padres se esmeraban en presumirme con cualquier persona que siquiera llegara a verme.

— Mi hija es muy inteligente y es la mejor del kínder, sus maestros están encantados con ella — Exclamó mi madre con una expresión de orgullo en su rostro, mientras que apretaba su agarre en mis hombros para asegurar que mantuviera mi sonrisa.

— Qué niña tan linda, ojalá mi bebé fuera igual de educada que ella

— dijo esa señora, la cual desconocía por completo.

¿Acaso creía que la educación iba a venir incluida con su bebé o qué?, eso dependía de ella y sobre todo porque yo no era el mejor ejemplo, porque no era educada, ¡Estaba siendo controlada! Mis límites estaban perfectamente definidos por mis padres.

Ese sentimiento fue el que fortaleció mi amistad con David, éramos vecinos así que sin falta alguna nos reuníamos todas las tardes en el lugar donde las cercas de nuestros hogares se unían, nos turnábamos cada día para cruzar al otro lado, en ese entonces creíamos que nadie sabía lo que hacíamos, pero ahora sé que mis padres lo sabían muy bien, pero ajá claramente no iban a decir nada porque ¿Qué hija perfecta se escapa de casa?

En ese punto de encuentro hablábamos sin parar, con el pasar de los años sabíamos todo del otro, no había palabra o mejor dicho “insulto” de sus padres que yo no hubiera memorizado.

— ¡Eres un inútil! —le gritaba su padre mientras su madre le miraba con expresión de desagrado.

— ¿No podrías ser más como Zoé? Si hubiera sabido que mi hijo saldría tan idiota, ni siquiera me hubiera acercado a tu madre —En ese momento su madre comenzó a llorar y David me aseguró que no era por lo que habían dicho de él.

Solían compararnos muy a menudo y a pesar de eso nunca me guardó rencor. Perdí la cuenta de las veces que vi caer lágrimas de sus ojos, llegó un punto donde ya no salían más, pero la misma mirada de cansancio siempre permaneció.

Ni siquiera los estudios lograron que dejáramos de encontrarnos en aquel lugar, nunca se rindió y cada día se esforzaba para algún día escuchar a sus padres decir que estaban orgullosos de él.

No lo logró.

Y no es porque haya terminado siendo un fracasado, sino, que la vida de sus padres terminó antes de que su éxito comenzara.

Traté que mi amistad llenara ese vacío, él no tenía a nadie más, nadie de su familia lo consoló en tal momento.

A él no le dolió la pérdida de esos dos seres que solo le enseñaron a la perfección lo que era el odio, a él le dolió que nunca pudo demostrarles que también podía llegar a ser amado.

Ya que sus padres nunca reconocieron sus logros, yo lo hice, cada que podía le dije que me sentía orgullosa de él, en su peor momento y en su mejor momento.

...

Pasamos de ser niños imprudentes, a ser adolescentes inmaduros y de allí ahora somos adultos, lo malo es que aún no podía darnos una definición clara, pensaba que cuando llegáramos a la vejez lo sabría, pero sé que después de lo que acaba de pasar, esta historia ha llegado a su fin.

—Me gustas, ha sido así desde siempre —Eso fue lo que me dijo en el parque repleto de personas, con un ramo de girasoles en sus manos.

Me sentí decepcionada, ¿Acaso fui la única que vio esto como una amistad?

No sé bien explicar lo que sentí, decepción, vergüenza... solo sé que no era el lugar para humillarse así, no sentía lo mismo y no le iba a mentir, tanta gente estaba mirando y no supe cómo reaccionar, solo le grité y ahora estoy aquí en un taxi mirando el paisaje por la ventana.

Le grité, ¿Qué pensará ese montón de gente de mí?

La última imagen que vi fue cómo sus ojos comenzaron a aguarse, así como cuando sus padres lo insultaban, le había prometido que jamás haría lo mismo.

— Acaso... ¿Yo soy la estúpida? —Dije en voz alta mientras lágrimas salían sin control alguno de mis ojos.

*Sara Inés Espitia Rodríguez
Categoría 2 - Estudiantes de 6° a 11° bachillerato
Primer puesto, Montería
Hija de Arcelio Manuel Espitia Vargas Disc jockey*



El laberinto del minotauro

¿Qué podía ver? Nada, absolutamente nada. Todo era negro. Entendía en ese momento lo que podría significar ser ciego. No había luces ni sombras, no había pequeñas partículas en el ambiente, no había ningún otro color más allá del negro. ¿Qué podía escuchar? El agitado latir de su corazón, cada vez más intenso. Parecía tener el órgano en los tímpanos y no en el pecho. El único otro sonido que lo acompañaba era su respiración, rápida y entrecortada. No percibía voces, crujidos o cualquier otro indicio de tener compañía en aquel lugar.

¿Qué podía oler? Su sudor, que con cada segundo que pasaba se seguía acumulando, brotando por cada uno de sus poros en grandes goterones. También percibía madera y tierra, olores húmedos y mohosos.

¿Qué podía sentir? Calor. Se estaba sofocando, pero no sabía si lo habían encerrado en un horno o si el sudor de su cuerpo lo estaba ahogando, inundando sus pulmones y abrumando todos sus sentidos. Lo único que sus manos tocaban era madera, por todos lados, sin importar a donde se moviera. Encima, debajo, a cada lado. Apenas si tenía espacio para moverse.

¿Dónde estaba? En una caja, sin lugar a dudas. ¿Pero cómo había terminado allí? No tenía ni idea. Si trataba de recordar, de escudriñar cada rincón de su cerebro, lo único que podía encontrar era su nombre: Joseph. ¿Sabía quién era, qué hacía, qué edad tenía? Nada, completo vacío. Un extraño.

Presa del pánico, comenzó a contorsionarse dentro de la caja. Joseph podría ser un desconocido, pero seguramente no querría morir enterrado. Estiró sus brazos, pateó la madera, rasguñó paredes...y nada. Estaba a punto de rendirse, de sucumbir al llanto desesperado, pero notó justo a tiempo que, en medio de su arrebato, la tapa de madera en su cabeza se había aflojado. ¡Aleluya! Un rayo de esperanza. Con gran esfuerzo, y sin importar los golpes y rasguños, logró girar dentro de la caja. Con la energía que le quedaba, empujó con las manos aquella tapa. Tres segundos después pudo oír el ruido sordo de la madera golpeando algo metálico. Un gélido viento golpeó su rostro húmedo, enfriando las gotas de sudor que rodaban por su frente. ¿Hace cuánto había despertado? ¿Cuánto tiempo había gastado en comprender lo que pasaba? Podían ser 5 minutos o 3 horas, pero la sensación de alivio y libertad que lo inundaron era más propia de un preso recién liberado.



Lentamente comenzó a sacudir el cuerpo, impulsándose torpemente hacia adelante. Tras unos minutos de esfuerzo, advirtió que las paredes se expandían a los lados y su sensación de estar enterrado en vida disminuyó levemente. Al dejar de sentir los muros de madera por ambos lados, se animó a estirar los brazos y, con alivio, no encontró muro alguno que le impidiera el movimiento. Con la esperanza de haber hallado una salida, terminó de sacar el cuerpo del hoyo de madera en el que había despertado. Aun a ciegas, tanteó el lugar. Podía levantarse sin sentir el techo y al extender los brazos nada lo detenía. Entonces, comenzó a dar pasos, esperando que un nuevo muro no detuviera su avance. En la oscuridad, aguzó el oído para ver si captaba algo distinto a su respiración, pero no estaba seguro si los murmullos y chasquidos que percibía eran producto de su imaginación intentando llenar el vacío, o si realmente aquellos tenues sonidos provenían de otro lugar.

Continuó tanteando el camino, guiándose con las manos. En algún momento notó el eco de unos pasos. Al principio creyó que eran sus propios pasos, pero no siempre replicaban su lento andar. A veces parecían acelerar, otras veces solo escuchaba un par de golpes en el suelo, como queriendo recordarle que allí había alguien. Preguntó varias veces si había alguien, pero solo el silencio le contestaba. Definitivamente su imaginación le estaba jugando una mala pasada.

Creó andar por horas por un corredor interminable, sintiendo a veces objetos a sus pies o el contorno de alguna hendidura extraña en la pared, pero no quería detenerse. Temía comprobar qué tan verdaderos eran aquellos pasos. En algún punto creyó oír otra respiración a su lado, pero al manotear el aire no encontró nada. Nuevamente el pánico se apoderaba de él. Ahora no sabía si debía correr sin ningún cuidado o si tratar de regresar a aquella caja donde había despertado. El alivio que había experimentado al sentir el aire frío en su rostro había sido reemplazado por un vacío en la boca del estómago y un peso en el pecho, como presentimientos de algo malo. Notaba el vello de su nuca erizado, su respiración agitada, el sudor frío que otra vez emanaba.

¿Qué podía ver? Nada, absolutamente nada. ¿Qué podía oír? Pasos, ahora no los suyos, pues hacía rato que se había detenido. Una respiración, pero no la suya, que era ahora superficial y rápida. ¿Qué podía oler? Podredumbre, muerte. Como si un animal hubiera muerto y llevara semanas descomponiéndose en aquel laberinto interminable. ¿Qué podía sentir? Miedo. De repente entendió que haber salido de la trampa inicial, de la caja asfixiante, lo había llevado a la verdadera trampa. Comprendió en ese momento que no estaba solo, que los pasos extraños y el aliento que había escuchado no habían sido extraños inventos de su imaginación. Su mente había tratado de ahorrarle el sufrimiento, pero se consoló al saber que no vería nunca la macabra realidad de lo que lo rodeaba. Era solo una presa internándose torpemente en el corazón de la trampa.

*Mariana Rodríguez Álvarez
Categoría 3 - Estudiantes de educación superior
Primer puesto, Medellín
Sobrina de Carlos Rodríguez Z. Asesor comercial*



SEÑOR MIL DISFRACES

Desde que se fue, se veía en todo lugar, en cualquier cuerpo, en cada movimiento de la manija del reloj.

La primera de las últimas veces que se vio a sí mismo con su mismo rostro fue en un sueño. Y allí, nadie diferente a él lo veía. Todos hablaban, caminaban, se iban, pasaban por su lado, pero nadie le hablaba a él, nadie caminaba hacia él, nadie se despedía de él.

Días después, se convirtió en ruido y sacó de la cama a quienes quería, los llevo hasta la puerta, y se disfrazó de quien estaba al otro lado de ella, esperando a decir que ya su alma había salido de su cuerpo y ya no volvería más en esa forma.

Y los días pasaron, los meses pasaron, los años pasaron, y el ausente se convirtió en el omnipresente, en el que aparece siempre, está siempre, y se mete a hurtadillas por donde, al parecer, ya no tiene invitación. Y ese fantasma, se cambió de nombre, y dejó de ser llamado de la manera en la que su madre lo nombró al nacer y de la forma en la que fue bautizado, y hasta renunció al apodo que le gritaban cuando pasaba por las casas, cuando lo reconocían, y lo querían, y deseaban tenerlo cerca para que los hiciera reír, cuando parecía ser El muñeco de la ciudad.

Ahora era el señor Mil Disfraces, y el señor Mil Disfraces rara vez llega con el sol, pero con la oscuridad casi siempre. Y se infiltra entre los bailarines de salsa y los tomaderos de ron, danza con el humo del cigarrillo y le suspira en el oído a los caídos que se apilan en las aceras, en las camas ajenas, en los hospitales y las morgues.

Ahora el señor Mil disfraces canta Tu ausencia y Llorarás, mientras se mete en la garganta de los muchachos buena vida y les presta su risa y su desfachatez, su eterna alma de niño.

Y en diciembre, el señor Mil Disfraces se convierte en orquesta, y hace bailar a todos con Tabaco y ron, mueve violentamente los pies con Bella es la navidad y usa las piernas de los más rápidos para correr a dar el feliz año cuando suenan las campanas de Faltan cinco pa' las doce. El señor Mil Disfraces sale a ver los alumbrados escuchando Sabor navideño, se cuela en las chivas, mezcla la natilla, parte la yuca para los sancochos, sirve los frijoles y pasa las cervezas a los comensales que se agrupan en las calles e intentan desenredarse la lengua que se ha hecho nudo de tanto beber.

Y en enero, el señor Mil Disfraces finge que sigue en diciembre, y se aprovecha de que ya sus problemas no son terrenales y de que su tiempo no se

cuenta con el calendario. Y cada día baila, canta, se planta en el poste de la esquina del barrio, se sienta en la tienda a ver pasar la gente, conversa con las palomas, se burla de los más bobos y se codea con los más despiertos.

Y en cualquier momento, el señor Mil Disfraces, se cansa de la victoria de los no vivos y se llena de rabia y envidia por no poder vivir lo que los vivos vivimos. Así que se entrome en las relaciones, le pone trampas a los felices y le cultiva preguntas sobre su cariño a los más seguros, porque el señor Mil Disfraces, que ya ha pasado a una mejor posición, es merecedor de todos los halagos y amores declarados.

Y en su inmenso deseo de sufrir como todos sufrimos, el señor Mil Disfraces se topa con quienes quería y pone su rostro sobre el de un desconocido, para que de vez en cuando lo vean y no se olviden de él. Porque el señor Mil Disfraces, conserva el temor de no ser reconocido, como cuando estaba vivo.

Y el señor Mil Disfraces pide ser algo tangible, pero no lo es. Y grita al vacío, donde se encuentra, pero nadie le responde. Así que se viste de sol, de domingo, del agua que corre por las calles cuando deja llover, y vive como puede, si es que se le puede llamar vivir a esa manera de no existir.

Y el señor Mil disfraces, parece ser una eternidad de almas, de cuerpos, de sonrisas, de expresiones, de maneras de hablar, de modos de caminar, de formas de entonar una canción, de narraciones que se van corrompiendo con el tiempo y cada vez son más producto del sentimiento y menos de los recuerdos, más una interpretación, que imagen de algo que realmente pasó.

Y quienes se cruzaron con el señor Mil disfraces cuando tenía un nombre, o dos nombres, dos apellidos, una cédula, un número telefónico, una dirección domiciliaria, una familia, unos amigos y un deseo enorme de no irse; ahora lo guardan en una foto en la billetera, en un diario en el que se consignó una etapa pasada de sus vidas.

Y el mundo sigue girando, y el señor Mil Disfraces no cambia. Y los humanos evolucionan, pero el señor Mil Disfraces solo se mueve si alguien que lo guarda en su memoria lo recuerda en algún momento del día. Y el señor Mil Disfraces no suma años, pero quien cargó en sus brazos, no en mucho tiempo tendrá su misma edad.

El señor Mil Disfraces cada vez es más polvo y menos hueso, pero resucita cada tanto, y como un camaleón se adapta a la situación, y cada vez es menos malo, y más bueno, más sobrehumano, más fuera de lo común. Porque el señor Mil Disfraces, ahora, es más de lo que él en realidad fue. Ahora, el señor Mil Disfraces, es lo que queremos que sea.

*Estefania Pérez Botero
Categoría 4 - Trabajadores de RCN Radio
Primer puesto, Medellín
Periodista*

P I E L D E O V E J A



¿A dónde vas? Pregunto Junior a su abuelo Juan

Y este respondió: "Este fin de semana voy de camping, saldré en la mañana muy temprano"

Junior: Siempre he sabido por las redes que el monte es un sitio muy peligroso, existen miles de animales capaces de hacerte daño

Juan: ¿Y eso te lo dice ese aparatito?

Junior: Son las experiencias que cuentas personas que las han vivido

Juan: Para que tengas una opinión sobre algo debes experimentar en carne propia, ¿Qué tal si me acompañas el fin de semana?

Junior: Abuelo en verdad me da miedo

Juan: ¿Miedo de que?

Junior: De encontrarme con una víbora que quiera atacarme

Juan: Es posible que encontremos una víbora pero ella nunca atacara si no es provocada

Junior: ¿Y si nos encontramos un tigre?

Juan: También es posible pero nuestro refugio estará protegido además tendremos la hoguera encendida y el allí no se arrimara

Junior: Ahhhh pero es que hay mosquitos

Juan: Y artos pero para eso usamos camisas manga larga y repelente contra insectos

Junior: Entonces necesitamos llevar bastantes víveres

El abuelo contesta... con suerte no pasaremos hambre

Intrigado el joven a las respuestas del viejo decidió acompañarlo en esa aventura

Junior: ¿Qué debo llevar dentro de mi equipaje?

Juan: Solo la carpa para dormir, un sleep, ropa cómoda, pantaloneta de baño que yo encargo del resto

Junior: ¿Ayy y mi Smartphone?

Juan: Pues si quieres llevarlo pero no te va a servir de nada pues allá no entra señal

Junior: Yo llevo mi Nokia porque a ese si le llega señal, eso sí solo en caso de emergencia

Junior: Ahh pero ¿reconoces que si hay peligros?

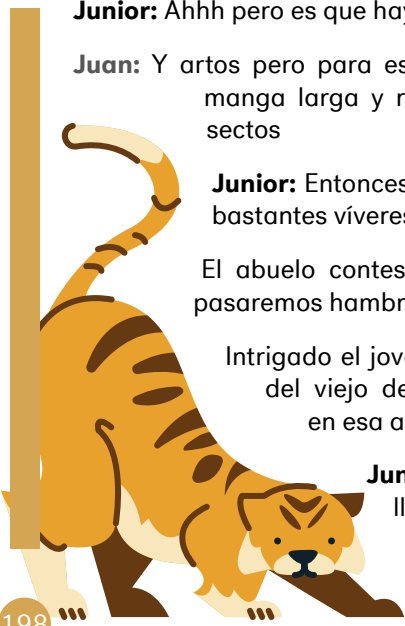
Juan:ten aquí en la ciudad. Es posible que al ir caminando resbales y puedas sufrir una luxación, que nos extraviemos en el camino pero nunca se podrá comparar con un accidente de tránsito provocado por un conductor ebrio, con un atraco en donde te hieran por robarte tu Smartphone y otras cosas más delicadas

El joven presto atención a las palabras del abuelo y sin rezongar más se fueron a la cama.

A la mañana siguiente antes de salir el sol marcaban las 4:00 a.m. el abuelo llama a su nieto con una taza de café con todo listo para salir... ¡Junior, Nos vamos! El recorrido en auto duro casi 3 horas llegaron a un paraje donde se terminaba la carretera, allí abandonaron el auto

Cargados cada uno con su equipaje inician la travesía abriéndose paso entre matorrales bosque adentro, de un momento a otro aparece ante sus ojos un espectacular espejo de agua, tranquilo solo se escuchaba el trinar de pajaros, el zumbido de un mosquito y el silbido del viento

Muy preocupado el



joven porque ya estaba partido del hambre pregunta a su abuelo ¿Que vamos a comer, ya tengo hambre?

Él le dijo: arma las carpas y entre tanto yo prepararé el desayuno

El abuelo se ausentó por escasos 30 minutos y a su regreso traía en una bolsa bayas y frutos silvestres, sin mucho esfuerzo encendió la fogata y en poco tiempo se sentía el aroma de un espectacular café .

Durante el día pescaron, se bañaron en el lago, hablaron de todo hasta de la creación del universo otras cosas banales pero con mucha enseñanza y la importancia de la simplicidad de la vida. Luego llegó la peor parte para el joven la noche en la selva... muy atemorizado se sentó frente al fuego esperando ser atacado por todos los depredadores que existían de los cuales se había enterado por sus redes sociales .

Observaba al viejo a lo lejos sentado a la orilla

del lago con una línea de pesca, pero sus miedos no le permitían ir con él.

Se quedó inmóvil esperando ser atacado pero pasaron las horas y el sueño lo dominó, cuando sintió un tibio rayo de luz acariciando su rostro a través de la maya de la carpa; era el amanecer más espectacular que hubiera visto en su vida además que durmió como hace mucho no recordaba.

Su abuelo al verlo despierto inmediatamente le acercó una taza de oloroso café y le dijo: En el monte todo es leal y real, una oveja es una oveja y un lobo es un lobo a diferencia en la ciudad que puedes encontrar personas con piel de oveja pero por dentro en realidad son unos lobos...

FIN



*Jhon Jairo Oviedo Castiblanco
Categoría 5 - Padres, tíos y cónyuges de los trabajadores
Primer puesto - Ibagué
Cónyuge de Adriana Bedoya Asesor comercial*



ESTÁNDARES CONTENIDOS GENERALES

CONTENIDOS GENERALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
	2-1.	Detalles organizacionales.	Perfil de RCN Radio.	Presencia de RCN Radio.	7, 19, 64 a 67
	2-2.	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad.	Perfil de RCN Radio.	Presencia de RCN Radio.	7
	2-3.	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto.	Introducción.	Acerca de nuestro informe de sostenibilidad.	7
	2-4.	Actualización de la información.	ND	ND	La Empresa no ha realizado actualizaciones en el periodo.
	2-5.	Verificación externa.	ND	ND	No se realizó verificación 2023.
	2-6.	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.	Perfil RCN Radio	Presencia de RCN Colombia.	19 a 27
Gobierno corporativo.			Mapa de procesos.	58	
Estrategia corporativa.			Crecimiento rentable.	29 a 33	
	2-7.	Empleados.	Talento humano.	Características del talento humano.	131 a 159
	2-8.	Trabajadores que no son empleados.	Talento humano.	Características del talento humano.	133, 134
	2-9.	Estructura de gobernanza y composición.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	55 a 59
	2-10.	Designación y selección del máximo órgano de gobierno.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	55
	2-11.	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Introducción.	Optimismo y sostenibilidad.	9
	2-12.	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	55
	2-13.	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial/nuestros compromisos.	35 a 47
	2-14.	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial/nuestros compromisos.	35 a 47
	2-15.	Conflictos de interés.	ND	ND	NA
	2-16.	Comunicación de inquietudes críticas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	184 a 187
	2-17.	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno.	ND	ND	NA

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
CONTENIDOS GENERALES	2-18.	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno.	No se realizó para el periodo de este informe.	ND	NA
	2-19.	Políticas de remuneración.	ND	ND	NA
	2-20.	Proceso para determinar la remuneración.	ND	ND	NA
	2-21.	Ratio de compensación total anual.	ND	ND	NA
	2-22.	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	9, 29 a 32
			Acerca de nuestro informe.	Nuestro modelo de sostenibilidad.	48 a 53, 131 a 132
	2-23.	Compromisos y políticas.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	35 a 47
			Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	36, 37
	2-24.	Incorporación de los compromisos y políticas.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	29, 32
			Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	36, 37
	2-25.	Procesos para remediar los impactos negativos.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial	38
			Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	184 A 187
	2-26 .	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial.	38
			Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	184 A 187
	2-27.	Cumplimiento de la legislación y las normativas.	Medioambiente	Percepción de quejas y reclamos	184 A 187
	2-28.	Afiliación a asociaciones.	Acerca de nuestro informe.	RCN Radio los objetivos de desarrollo sostenible.	48 A 53
	2-29.	Enfoque para la participación de los grupos de interés.	Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	36, 37
	2-30.	Convenios de negociación colectiva.	Talento humano.	Beneficios económicos.	139, 14
	3-1.	Proceso de determinación de los temas materiales.	Introducción.	Materialidad RCN Radio.	10, 11
	3-2.	Lista de temas materiales.			
3-3.	Gestión de los temas materiales				

ESTÁNDARES ECONÓMICOS

ESTÁNDARES ECONÓMICOS

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
GRI 201: Desempeño económico.	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Crecimiento rentable.	Crecimiento rentable.	61 a 83
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	ND	ND	NA
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	ND	ND	NA
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno.	ND	ND	En 2023 no se tuvo asistencia financiera del gobierno.
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.	138
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	Talento humano.	Categoría profesional.	135
GRI 203: Impactos económicos indirectos.	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	ND	ND	NA
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos.	ND	ND	NA
GRI 204: Prácticas de adquisición.	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	ND	ND	NA
GRI 205: Anticorrupción.	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	183, 184
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	183, 184
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	183
GRI 206: Competencia desleal.	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	ND	ND	NA
GRI 207: Fiscalidad.	207-1	Enfoque fiscal.	ND	ND	NA
	207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos.	ND	ND	NA
	207-3	Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal.	ND	ND	NA
	207-4	Presentación de informes país por país.	ND	ND	NA

ESTÁNDARES AMBIENTALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
ESTÁNDARES AMBIENTALES	GRI 301: Materiales.	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	ND	ND	NA
		301-2 Insumos reciclados.	ND	ND	NA
		301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	ND	ND	NA
	GRI 302: Energía.	302-1 Consumo energético dentro de la Organización.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de energía.	162, 163
		302-2 Consumo energético fuera de la Organización.	ND	ND	NA
		302-3 Intensidad energética.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de energía.	162, 163
		302-4 Reducción del consumo energético.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proyectos de energía sostenible.	170 a 173
		302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	ND	ND	NA
	GRI 303: Agua.	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido.	ND	ND	NA
		303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua.	ND	ND	NA
		303-3 Extracción de agua.	ND	ND	NA
		303-4 Vertidos de agua.	ND	ND	NA
		303-5 Consumo de agua.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión del agua.	166
	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	NA
		304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	ND	ND	NA
		304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	Contenidos relevantes.	Restauración ambiental del Canal del Dique.	124
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	NA	

ESTÁNDARES AMBIENTALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
GRI 305: Emisiones.	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	167 a 168	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	167 a 168	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	167	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.	ND	ND	Damos cumplimiento a la ley	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proyectos de energía sostenible.	170 a 173	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).	ND	ND	NA	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.	ND	ND	NA	
GRI 306: Residuos.	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	166, 167	
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	166, 167	
	306-3 Residuos generados.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	167	
	306-4 Residuos no destinados a eliminación.	ND	ND	NA	
	306-5 Residuos destinados a eliminación.	ND	ND	NA	
GRI 307: Cumplimiento ambiental.	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	ND	ND	Durante el año 2023 no se presentaron procesos legales.	
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.	182	
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proveedores.	182	

ESTÁNDARES SOCIALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
ESTÁNDARES SOCIALES	GRI 401: Empleo.	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	Talento humano.	Características generales de talento humano.	134 a 136
		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.	139, 14
		401-3 Permiso parental.	ND	Damos cumplimiento a la ley	NA
	GRI 402: Relación trabajador-Empresa.	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	ND	ND	La Empresa se rige por las normas laborales colombianas donde está estipulado un mínimo de dos meses para preavisos.
	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	176 a 178
		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.	176 a 178
		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.	176 a 178
		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.	176 a 178
		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.	176 a 178
		403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	176 a 178
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	176 a 178	
403-9 Lesiones por accidente laboral		Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	176 a 178	
403-10 Dolencias y enfermedades laborales		Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	178	

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Página
ESTÁNDARES SOCIALES	GRI 404: Formación y enseñanza.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	150 a 156
		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.	157, 158
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	157
	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Talento humano.	Características generales de talento humano.	134 a 136
		405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Talento humano.	Remuneración y reconocimiento.	138
	GRI 406: No discriminación.	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	ND	ND	No se registraron casos
	GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva.	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	ND	ND	NA
	GRI 408: Trabajo infantil.	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	ND	ND	NA
	GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio.	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	ND	ND	NA
	GRI 410: Prácticas en materia de seguridad.	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	150





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