



**Diálogo Grupo de interés:
Medios de comunicación**

**Grupo de Energía
de Bogotá**



Diálogo Grupo de Energía de Bogotá

Medios de comunicación

1. Introducción

Los medios de comunicación no están contenidos como grupo de interés dentro del modelo de Responsabilidad Global del Grupo de Energía de Bogotá, sin embargo, son un grupo estratégico para transmitir información y mantener un contacto con otros grupos de interés como los accionistas y la comunidad. La empresa reconoce que tener a los medios informados reduce el riesgo de tener inconvenientes de reputación por un mal manejo de la información. Por tal motivo, se realizó el 29 de noviembre de 2012 un diálogo con sus representantes.

El diálogo se dividió en tres momentos; inicialmente se realizaron presentaciones por parte de la Empresa, se aprovechó para hacer el lanzamiento de las nuevas páginas web del Grupo Energía de Bogotá y de la EEB y contar como van los proyectos actualmente en ejecución. Continuó con un espacio abierto de preguntas para recopilar percepciones e inquietudes de los asistentes. Por último se realizó la votación sobre la importancia de los asuntos previamente validados con el área responsable.

El diálogo se realizó con el apoyo y asesoría de la Corporación CREO- Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional.

2. Desarrollo del diálogo

3.1 Presentaciones de la Empresa

Se inicia el evento con la presentación de las páginas web, una de la Empresa de Energía de Bogotá, la cual fue rediseñada y el nuevo portal del Grupo Energía de Bogotá. Se realiza la navegación por el sitio web, mostrando las diferentes secciones mostrando el Grupo, compuesto por empresas de energía eléctrica y de gas en Colombia, Perú y Guatemala.

Las páginas han sido un requerimiento para poder tener una comunicación clara con los accionistas, por lo que en la página se encuentra toda la información financiera de interés. En la página estará disponible información sobre estados financieros, reportes a la superintendencia financiera, cubrimiento de analistas, calificaciones de riesgo, preguntas frecuentes y todos los comunicados de prensa. Además de la gestión social, ambiental.

Posteriormente, se presentan proyectos que están en curso. A medida que crece la demanda de energía, la infraestructura debe crecer. Se está gestionando la conexión del proyecto al Quimbo al sistema de transmisión nacional, el proyecto del Valle del Cauca busca subsanar el agotamiento de energía en esta región y en el eje cafetero se busca expandir la red.

Se destaca la gestión ambiental de EEB en el proyecto de expansión y optimización de la red en el eje cafetero. Debido a que el proyecto atraviesa una zona de reserva y su paisaje es patrimonio, la

empresa tuvo que realizar un detallado estudio para identificar impactos y minimizarlos. Desarrolló una estrategia para evitar que especies como el mono aullador y la pava caucana se vieran afectadas. Se buscó instalar las torres de energía en los lugares donde no había vegetación y para atravesar el cañón del río Barabas Bremen se planea usar un helicóptero y no tener que cortar la vegetación.

3.2 Espacio de preguntas abiertas

Se realizan preguntas relacionadas con el fortalecimiento de las relaciones

- a. ¿Cómo describiría la relación que EEB mantiene con los medios de comunicación?
 - En general, los participantes ven la relación con EEB muy buena.
 - Un medio señala que es el primer contacto que realiza con la empresa pero ve con buenos ojos que la empresa realice este tipo de eventos.

- b. ¿Cuáles aspectos positivos resalta de la comunicación de EEB y qué considera se puede mejorar?
 - El comunicado en ocasiones es plano y no siempre funciona, en ocasiones es mejor tener un vocero.
 - La página web la ven como un elemento muy positivo para los inversionistas.

- c. ¿A través de cuáles canales y sobre qué temas le gustaría recibir información de EEB y con qué periodicidad?
 - Se habla que en ocasiones se requiere del contacto al menos telefónico.
 - Eventos donde se haga pública la información y se puedan resolver inquietudes.

Adicionalmente se abrió el espacio para que los periodistas pudieran preguntarle directamente a la presidente, doctora Mónica de Greiff y se resolvieron las diferentes dudas.

3.3 Validación de asuntos

Previamente se identificaron riesgos e impactos de asuntos relacionados con los medios de comunicación. En el diálogo se busca validar con el grupo de interés que efectivamente estos son asuntos en los cuales se debe trabajar. A los asistentes se les presenta una serie de asuntos y se les pide que califiquen de acuerdo a su punto de vista el grado de importancia que GEB debe darle a cada tema a partir de la siguiente escala:

- A. **Poco importante.** No requiere acción inmediata, pero se debe realizar seguimiento
- B. **Medianamente importante.** Requiere de la planificación de acciones a largo plazo (5-10 años)
- C. **Importante.** Requiere de la planificación de acciones a mediano plazo (2 - 5 años)
- D. **Muy importante.** Requiere de la planificación de acciones a corto plazo (1 año)

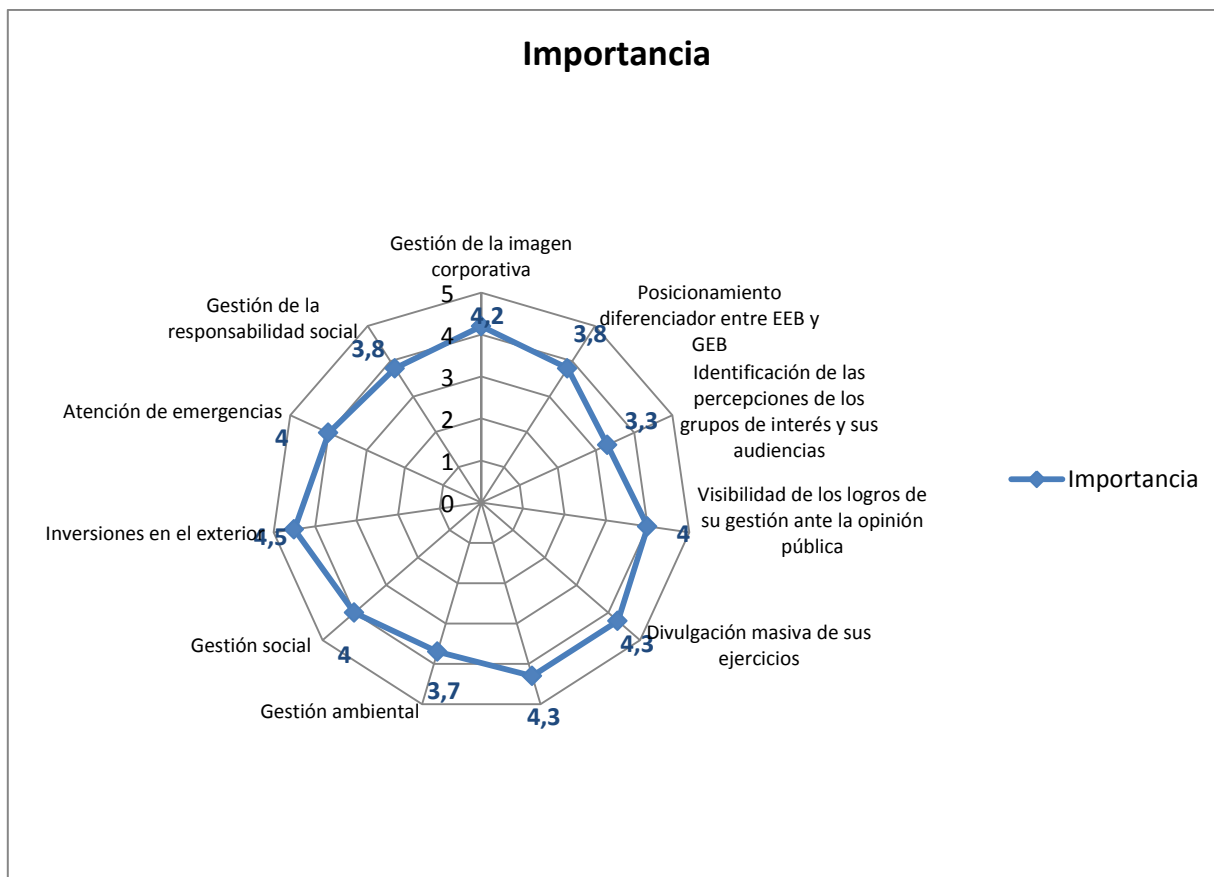
E. **Vital.** Requiere de acciones inmediatas en su gestión

Los asuntos calificados son los siguientes:

1. Por favor califique el grado de importancia que debe darle EEB a la **gestión de su imagen corporativa**
2. Por favor califique el grado de importancia que debe darle EEB al **posicionamiento diferenciador entre el Grupo de Energía de Bogotá (GEB) y la Empresa de Energía de Bogotá (EEB).**
3. Por favor califique el grado de importancia que debe darle EEB a la medición e identificación de las percepciones de los grupos de interés y sus audiencias
4. Por favor califique el grado de importancia que debería darle EEB a la mayor visibilidad de los logros de su gestión ante la opinión pública en general
5. Por favor califique el grado de importancia que debería darle EEB a la **divulgación masiva de sus ejercicios de rendición de cuentas**
6. Por favor califique el grado de importancia que debería darle EEB a los **espacios de formación y capacitación para periodistas en los principales aspectos de sus operaciones**
7. Por favor califique el grado de importancia que debería darle la EEB a la **Gestión Ambiental**, entendida como la aplicación adecuada de los Planes de Manejo Ambiental y de acciones que prevengan y mitiguen los impactos negativos de la operación y fortalezcan sus repercusiones positivas.
8. Por favor califique el grado de importancia que debería darle la EEB a la **Gestión Social**, entendida como la aplicación adecuada de acciones que prevengan y mitiguen los impactos negativos de la operación y fortalezcan sus repercusiones positivas.
9. Por favor califique el grado de importancia que debería darle EEB a las **inversiones en el exterior.**
10. Por favor califique el grado de importancia que debería darle EEB a la **atención de emergencias**, entendida como la capacidad de responder ante desastres naturales o eventos generados por la mano del hombre, con el fin de minimizar las interrupciones del servicio y/o afectaciones a la comunidad.
11. Por favor califique el grado de importancia que debe darle EEB a la **gestión de la Responsabilidad Social Empresarial**, entendida como el aporte voluntario al mejoramiento social, ambiental y económico en los contextos donde tiene operación.

3.3.1 Análisis de resultados

Con el fin de obtener los resultados promediados y darle un orden de priorización, se da un valor numérico a cada opción, siendo A=1, B=2, C=3, D=4 y E=5. A continuación se presentan los resultados obtenidos en el diálogo de acuerdo al promedio.



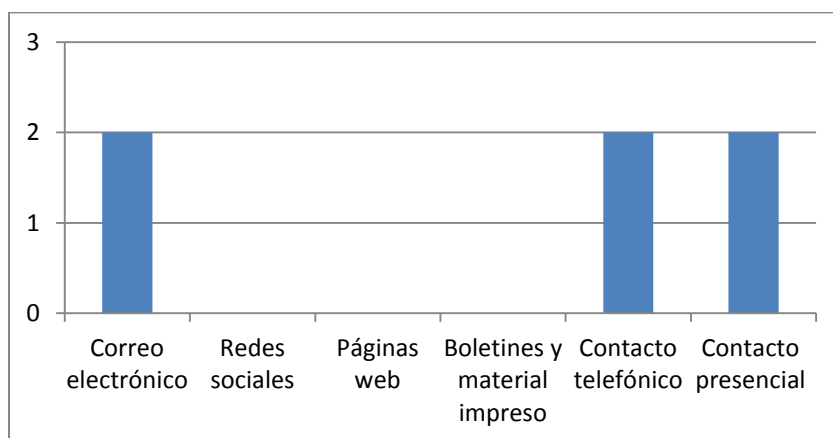
Asunto	Importancia
Inversiones en el exterior	4.5
Divulgación masiva de sus ejercicios	4.3
Espacios de formación y capacitación para periodistas en los principales aspectos de sus operaciones	4.3
Gestión de la imagen corporativa	4.2
Visibilidad de los logros de su gestión ante la opinión pública	4
Gestión social	4
Atención de emergencias	4
Posicionamiento diferenciador entre EEB y GEB	3.8
Gestión de la responsabilidad social	3.8
Gestión ambiental	3.7
Identificación de las percepciones de los grupos de interés y sus audiencias	3.3

Para los periodistas los asuntos de mayor importancia hacen referencia a elementos que se relacionan con divulgar y comunicar adecuadamente su gestión. Se observa que hay un gran interés por la información financiera y por la expansión del grupo en el exterior. Esto es un elemento fundamental para la empresa y su relación con sus accionistas, ya que el interés de los periodistas es una oportunidad para mantener informados a sus accionistas y atraer nuevos.

El asunto de espacios de formación y capacitación para periodistas en los principales aspectos de sus operaciones es calificado como MUY IMPORTANTE. Tener la oportunidad de explicar claramente qué está pasando al interior de la empresa en temas relevantes para los periodistas, permitirá reducir el riesgo reputacional de encontrar noticias erróneas en los medios de comunicación.

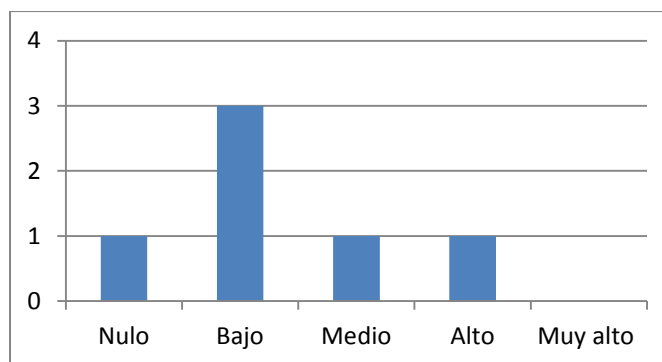
3.4 Canales de comunicación

Los canales de comunicación preferidos por los periodistas para mantener contacto son el correo electrónico, el contacto telefónico y el contacto presencial.



3.5 Conocimiento del Modelo de Responsabilidad Global

Se pidió a los asistentes que evaluarán su grado de conocimiento sobre el Modelo de Responsabilidad Global de EEB y en general es bajo. La página web puede ser una herramienta para mejorar la divulgación sobre lo que la compañía realiza al respecto.



3. Conclusiones

El espacio de diálogo fue un lugar provechoso para mantener un contacto cordial con los periodistas e informarlos sobre lo que está haciendo la empresa. El lanzamiento de las páginas web fue fundamental para mejorar las relaciones con sus diferentes grupos de interés. Los periodistas son un medio fundamental para comunicar de EEB y GEB, por lo que al tener un contacto cercano logrará reducir el riesgo.