



TGI  
Grupo Energía Bogotá

# Manual de Relacionamiento con Grupos de Interés TGI



## Contenido

---

- 01 Contexto
- 02 Criterios generales de relacionamiento
- 03 Criterios de relacionamiento por grupos de interés
- 04 Comunicar los resultados



Comunidad Vereda Peralonso  
Villavicencio - Colombia



# 1

## CONTEXTO

- Sobre este Manual
- Nuestros grupos de interés

Colaboradora  
Estación de Compresión de Gas Villavicencio



# Sobre este manual

Desarrollar nuestra estrategia de sostenibilidad, requiere el entendimiento y la gestión de relaciones con nuestros grupos de interés.

Por esta razón y fieles a nuestros valores corporativos que nos invitan a desarrollar las actividades en el marco de la Integridad, el Trabajo colaborativo con responsabilidad individual, el Enfoque a resultados, Primero la Vida y la Empatía, el modelo de relacionamiento de TGI busca con cada grupo de interés fortalecer la relación que juntos hemos construido.

Desde informar clara y oportunamente; Formar o educar; Retroalimentar y Posicionar, en TGI creamos relaciones que nos permitan llevar progreso y bienestar a los territorios en donde estamos presentes y desarrollar nuestro propósito superior de **Mejorar Vidas con Energía sostenible y competitiva.**

El **Manual de relacionamiento con Grupos de Interés** consigna la identificación de Grupos de interés de la compañía, el objetivo de relacionamiento con cada uno de ellos, así como los mecanismos y asuntos de conversación e interés, alrededor de los cuales establecemos nuestra interacción y podremos consolidar relaciones de beneficio mutuo, generar sinergias y dar una adecuada y oportuna respuesta a sus requerimientos.

Aquí conocerás los conceptos básicos para entender nuestro vínculo con los grupos de interés, incluyendo riesgos, controles, indicadores y generación de capacidades. Estos lineamientos serán de utilidad para tu orientación al momento de diseñar una estrategia de relacionamiento con cada público.

*Esperamos que este manual sea de gran utilidad.*

*Con tus comentarios y sugerencias seguiremos fortaleciendo nuestro involucramiento con los GI*

# Grupos de interés para TGI

Reconocemos como grupos de interés a las personas o al conjunto de personas que generan impactos en la organización o que se ven impactados por las diferentes decisiones, actividades, productos o servicios que brinda la Compañía. Los definidos por nuestra Organización son:



Colaboradores



Entidades gubernamentales y entes de control



Clientes (remitentes)



Junta Directiva



Comunidades y actores del territorio



Contratistas y proveedores



Inversionistas



Entidades financieras y calificadoras de riesgo



Accionistas



Socios y aliados estratégicos



Gremios y asociaciones



Consumidores finales



Medios de comunicación y líderes de opinión

Actores afectados directa o indirectamente por las actividades de la compañía

Pueden tener intereses específicos

Capacidad de influir en los resultados de la compañía de manera positiva o negativa

# 2

## CRITERIOS GENERALES DE RELACIONAMIENTO

- Beneficios de un buen relacionamiento
- ¿Cómo garantizamos un buen relacionamiento?
- Mecanismos apropiados para relacionarnos con nuestros grupos de interés
- ¿Cómo garantizamos que nuestros GI tengan la capacidad suficiente de relacionarse?

# Beneficios de un buen relacionamiento

Un buen relacionamiento con nuestros grupos de interés permitirá:

Potenciar la capacidad de gestionar los riesgos existentes y emergentes relativos a los grupos de interés

Consolidar la buena reputación de la compañía y de quienes hacen parte de ella

Nos da acceso a un aprendizaje constante de nuestros grupos de interés fomentando la mejora en nuestra gestión

Reforzar la confianza en doble vía con nuestros grupos de interés

Contar con un conocimiento actualizado de las dinámicas de mercado que se presentan en los entornos de nuestros públicos

Entregar información y educar a nuestros grupos de interés, facilitando procesos de toma de decisiones y acciones que les afectan a ellos y a la sociedad en general.

Robustecer la toma de decisiones estratégicas del negocio a partir de la participación directa e indirecta de los grupos de interés.

Para mayor información consulta: Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés. Accountability 2006. Disponible en: <http://gestion-calidad.com/wp-content/uploads/2016/09/Manual-Stakeholders.pdf#page=13>

# ¿Cómo garantizamos un buen relacionamiento?

## Ejes de relacionamiento

En el relacionamiento con nuestros grupos de interés, es importante establecer los canales de contacto, entregar información clara y oportuna a los actores, formar, retroalimentar y posicionar, asegurando que los asuntos de interés de cada grupo sean abordados.

### Informar

Documentar al grupo de interés con información objetiva y balanceada. Entregar más y mejor información sobre lo que somos y hacemos

Se debe garantizar que los atributos y características de la información que se comparte con cada actor sea:

- ✓ **Pertinente**
- ✓ Exacta y precisa
- ✓ Confiable y veraz
- ✓ Presentada de forma oportuna
- ✓ **Objetiva**
- ✓ Balanceada
- ✓ Transparente
- ✓ Completa

### Formar

Construir conocimiento y fortalecer los procesos de formación, de doble vía

### Retroalimentar

Generar espacios de diálogo que permitan retroalimentar la gestión de la Compañía y de los grupos de interés, en la perspectiva del mejoramiento continuo

Se debe garantizar un contacto con los grupos de interés, teniendo en cuenta sus características y contexto.

- ✓ **Escuchar de** forma proactiva
- ✓ **Responder a** sus intereses y expectativas

### Posicionar

Posicionar la Compañía, a partir de la presencia institucional en momentos y escenarios clave.

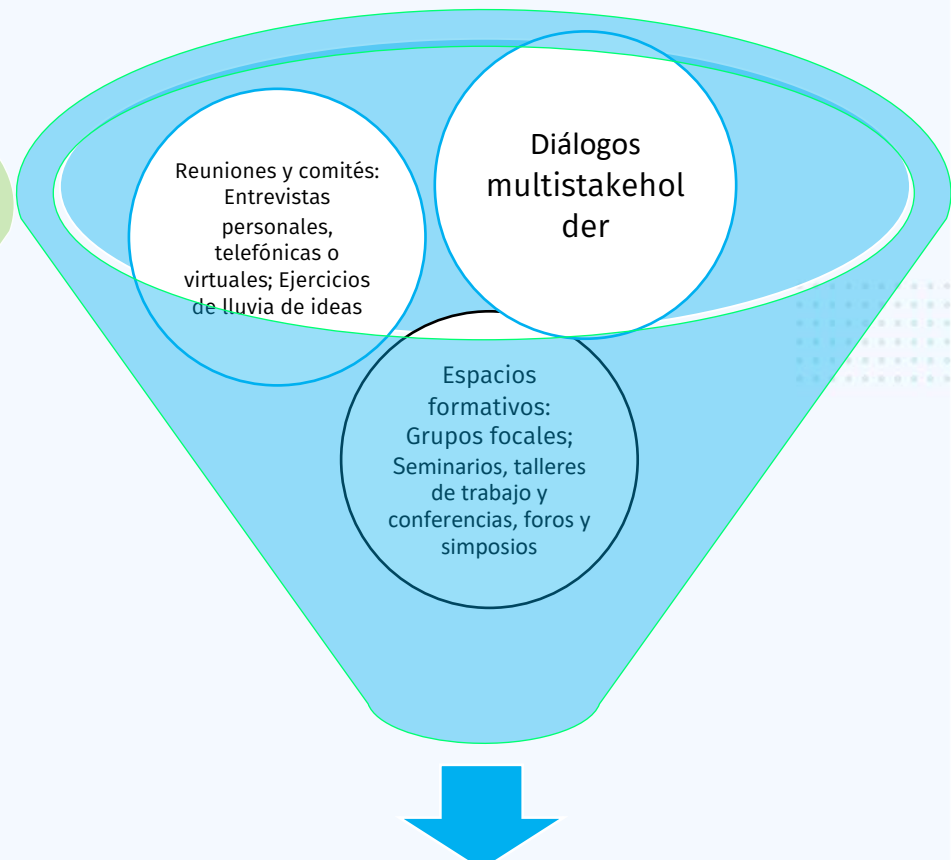
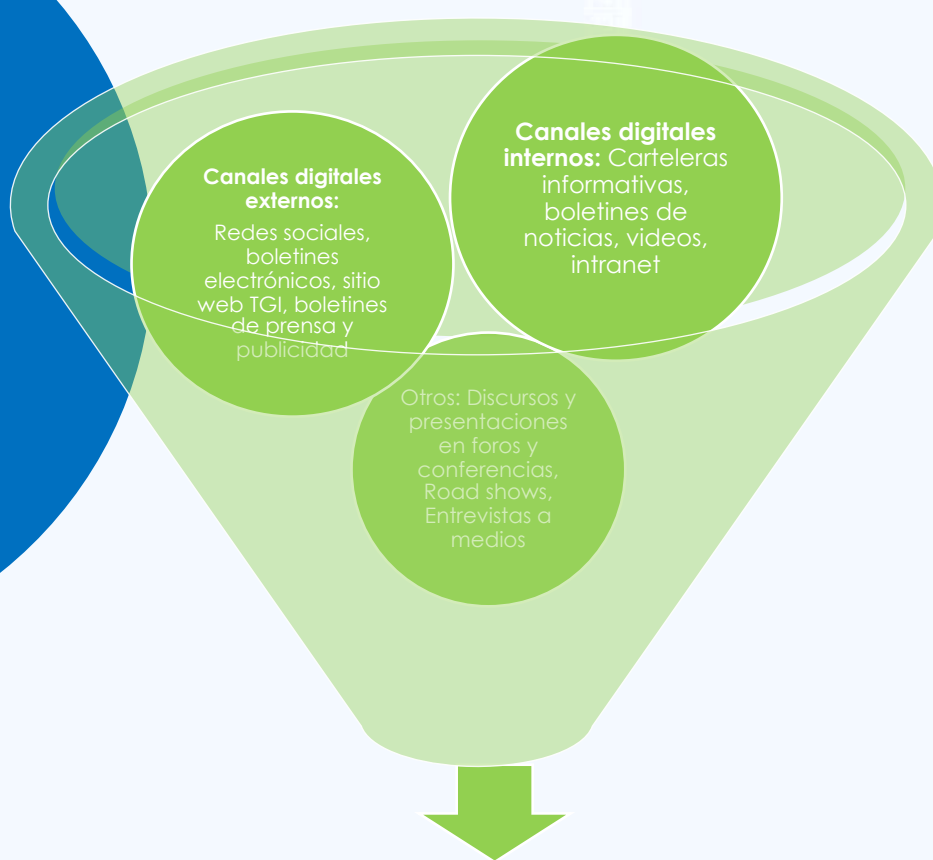




¿Qué podemos tener en cuenta al momento de escoger las herramientas o mecanismos adecuados para relacionarnos con nuestros GI?:

- Complejidad del GI
- Tema a tratar con el GI
- Nivel de interacción con la compañía
- Nivel de receptividad del GI
- Lineamientos del Grupo (GEB)

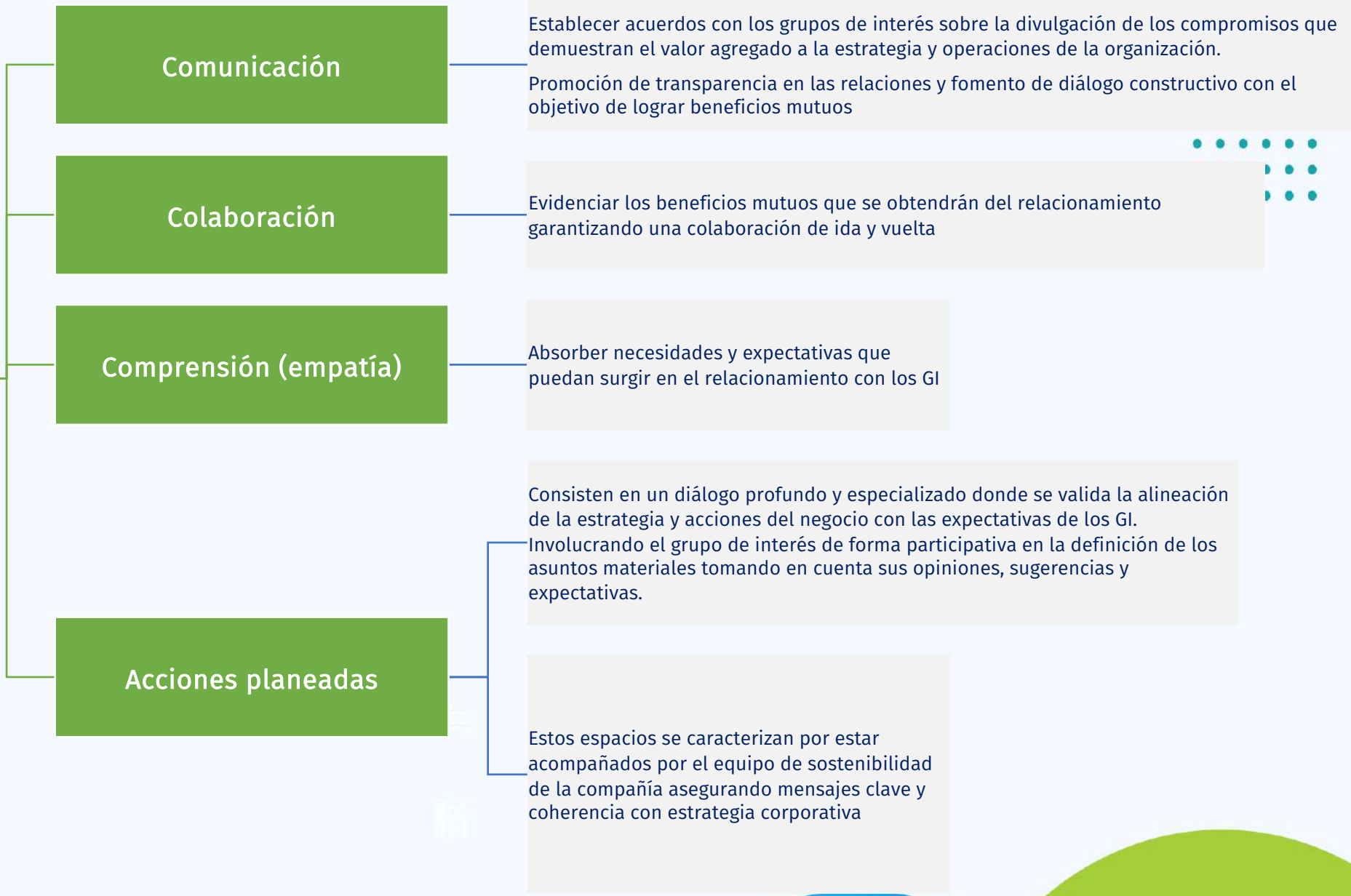
## Mecanismos apropiados para relacionarnos con nuestros grupos de interés



Herramientas/mecanismos que podemos usar para informar, formar, retroalimentar y posicionar a nuestros GI

# ¿Cómo garantizamos que nuestros GI tengan la capacidad suficiente de relacionarse?

Es importante divulgar oportunamente a nuestros GI sobre los 4 elementos aquí descritos que se hacen tangibles en los respectivos canales de relacionamiento, así como contar con un continuo seguimiento y monitoreo sobre el relacionamiento y participación de los GI



# 3

## CRITERIOS DE RELACIONAMIENTO POR GRUPO DE INTERÉS

- Ejes de relacionamiento de acuerdo a la priorización de los GI
- Entidades gubernamentales y entes de control
- Clientes (remitentes)
- Colaboradores
- Junta directiva
- Comunidades y actores del territorio
- Contratistas y proveedores
- Inversionistas
- Socios y aliados estratégicos
- Entidades financieras y calificadoras de riesgo
- Accionistas
- Gremios y asociaciones
- Consumidores finales
- Medios de comunicación y líderes de opinión.

# Crterios de relacionamiento por grupo de interés

En las páginas a continuación encontrarás las fichas que hemos diseñado por cada grupo de interés en TGI, las cuales te serán muy útiles al momento de definir una estrategia de relacionamiento específico. Las partes que integran la ficha son:

## Perfil

Descripción básica del grupo de interés.

## Objetivo de relacionamiento

Se refiere al propósito del relacionamiento con el grupo de interés.

## Indicadores que miden el relacionamiento

Indicadores que existen en la Organización para medir qué tan efectiva es la relación con el grupo de interés, así como otros indicadores que midan el relacionamiento con éstos.

## Ejes de relacionamiento de acuerdo con la priorización del GI

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

## Subgrupos o actores

En caso de que el grupo de interés cuente con una segmentación o subdivisión identificada, se incluyen las principales subdivisiones o actores que hacen parte.

## Mecanismos de relacionamiento

Comprende los diversos canales de comunicación que la Organización ha establecido para informar y dialogar y colaborar con el grupo de interés.

## Frecuencia de relacionamiento

Aborda la periodicidad con la que se lleva a cabo o se ejecuta el mecanismo de relacionamiento con el grupo de interés.

## Temas y asuntos que les interesa

Los que han surgido del relacionamiento con el grupo de interés durante un periodo de tiempo, se han detectado por medio de diversos canales de comunicación y son esenciales para estos.

## Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

Riesgos que pueden surgir antes, durante y después del relacionamiento con el grupo de interés, bien se intencionado o cotidiano, al igual que los controles para mitigar su impacto en caso de que se materialicen.

## 1. Entidades Gubernamentales y Entes de Control



### Perfil

Instituciones, autoridades y organizaciones gubernamentales con las cuales hacemos equipo para propender por el desarrollo, cumplimiento normativo y la transformación de territorios en los lugares donde estamos presentes.

### Objetivo de relacionamiento

- Tener una comunicación fluida para estar atentos a los cambios regulatorios del sector, y en la medida que se generen espacios de reuniones o mesas de trabajo.
- Incidir en la construcción de políticas públicas que fortalezcan el desarrollo del país y sus dinámicas empresariales y económicas.
- Ser interlocutor relevante, confiable y propositivo con las entidades gubernamentales y regulatorias en pro del desarrollo adecuado del entorno y de los negocios.
- Fortalecer el sistema de buen gobierno, de gestión de riesgos y de control de la Compañía.

## Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos o actores

Este grupo incluye entidades como:

1. Comisión de Regulación de Energía y Gas CREG
2. Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios
3. Unidad de Planeación Minero Energética UPME
4. Corporaciones Autónomas Regionales
5. Contraloría de Bogotá DC

6. Veeduría Distrital
7. Ministerio de Minas y Energía
8. Ministerio del Trabajo
9. Ministerio de Transporte y Secretarías de Movilidad a nivel nacional
10. Ministerio del Medio Ambiente y Autoridad Nacional de licencias ambientales – ANLA

### Mecanismos de relacionamiento

1. Auditorías
2. Correspondencia
3. Correos electrónicos
4. Eventos con proyección de marca
5. Foros con proyección de marca
6. Informe de Gestión Sostenible
7. Informes mensuales y anuales con algunos de los subgrupos o actores mencionados
8. Mesas de trabajo. Con temas específicos formales
9. Llamadas telefónicas
10. Reuniones abiertas (presenciales y virtuales)
11. Reuniones a nivel directivo con el Grupo Empresarial
12. Visitas a la compañía

### Frecuencia de relacionamiento

1. Permanente
2. Permanente
3. Permanente
4. Semestral
5. Semestral
6. Anual
7. Mensual y anual
8. Mensual
9. Permanente
10. Permanente
11. Mensual
12. Permanente

## 1. Entidades Gubernamentales y Entes de Control

### Temas y asuntos que les interesa

- Apropiación de la cultura corporativa
- Atención de crisis
- Bienestar, desarrollo del talento y equidad de género
- Desarrollo de operación
- Desempeño ambiental
- Ética y cumplimiento
- Innovación y Desarrollo de nuevos negocios
- Políticas energéticas
- Regulación
- Relacionamiento con comunidades
- Relaciones laborales
- Salud y seguridad en el trabajo (gestión frente a la Covid-19)
- Gestión predial

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Número reuniones de directivos con autoridades
- Número de iniciativas de política pública en las que participa TGI
- Número de requerimientos oficiales recibidos y gestionados de entidades gubernamentales y entes de control
- Número de contactos (físicos y virtuales) con entidades gubernamentales y entes de control
- Porcentaje de cumplimiento como resultado de los reportes periódicos de cumplimiento promovidos por el responsable del proceso de relacionamiento con el GI

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Convertirnos en un actor irrelevante en la discusión de dinámicas públicas
- Daño reputacional
- Desconfianza del grupo de interés sobre la Compañía
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir
- Fallas en logística, débil asistencia, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía

#### Control

- Participar de manera decidida en las discusiones y la construcción de políticas públicas. Liderar espacios de discusión.
- Analizar la pertinencia, oportunidad y contenido de la información que se entrega a los reguladores, entidades gubernamentales y entes de control.
- Transparencia en la información y auditorías internas y externas
- Conocer y dar conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivo y resultado esperado conjunto
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento.

## 2. Clientes



### Perfil

Es el grupo de interés compuesto por clientes directos de TGI

### Objetivo de relacionamiento

- Desarrollar el objeto social de TGI asociado a la comercialización de la capacidad de transporte generando ingresos a la compañía, así como el desarrollo de nuevos mercados incrementando la demanda del gas natural frente a otros energéticos.
- Ofrecer a nuestros clientes, propuestas de valor diferenciadas que permitan su crecimiento, satisfacción y lealtad.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos o actores

De acuerdo al Sector en donde se ubica la demanda atendida, nuestros clientes se clasifican en:

1. Comercializadores
2. Distribuidores
3. Industriales
4. Refinería
5. Térmicos
6. Oil and Gas
7. Vehicular - GNV

### Mecanismos de relacionamiento

1. Aplicación web (canal transaccional operativo) CGA
2. Boletín Electrónico de Operaciones – BEO
3. Correos electrónicos
4. Encuesta de medición de satisfacción y calidad del servicio
5. Foros comerciales
6. Informe de Gestión Sostenible
7. Línea Ética
8. Llamadas telefónicas
9. Redes sociales (Twitter, LinkedIn)
10. Reuniones uno a uno (presenciales y virtuales)

### Frecuencia de relacionamiento

1. Permanente
2. Permanente
3. Anual
4. Anual
5. Anual
6. Anual
7. Permanente
8. Permanente
9. Permanente
10. Permanente

## 2. Clientes

### Temas y asuntos que les interesa

- Acción conjunta para la generación de demanda incremental
- Gestión frente a la Covid-19
- Gestión general de la compañía en temas económicos, ambientales y sociales
- Perspectivas de suministros y uso de gas
- Portafolio de productos competitivos
- Proyectos para el desarrollo del sector
- Servicio confiable y de calidad

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de satisfacción de clientes (cumplimiento de expectativas)
- Escala de percepción de calidad del servicio

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir
- Fallas en logística, débil asistencia, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía
- Desinterés sobre el nivel de involucramiento para la generación de nueva demanda

#### Control

- Conocer y dar conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivo y resultado esperado
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento
- Participación más activa en los procesos de transformación con los clientes



### 3. Colaboradores



#### Perfil

Es el Grupo de Interés que tiene en cuenta a todo aquel que sostiene una relación de índole laboral y que trabaja por cumplir la misión de la empresa y alcanzar sus objetivos.

Nota: No incluye al sindicato como organización

#### Objetivo de relacionamiento

- Fomentar escenarios de conversación y participación que fortalezcan las relaciones de confianza y contribuyan al mejoramiento de prácticas organizacionales que favorezcan la calidad de vida en el trabajo, el desarrollo y la productividad.
- Fortalecer la cultura organizacional y el trabajo conjunto alrededor de propósitos comunes.
- Promover el desarrollo integral en términos de bienestar y salud de los colaboradores en un ambiente laboral propicio que genere valor para la compañía.
- Promover la retención del mejor talento y posicionarnos como marca empleadora.
- Generar apropiación sobre los temas de innovación de la compañía para fortalecer la cultura organizacional de la misma.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

#### Subgrupos o actores

Este grupo comprende:

1. Colaboradores Administrativos
2. Colaboradores de Campo (Centros operacionales y Estaciones)

#### Mecanismos de relacionamiento

1. Actividades de promoción y prevención de la salud
2. Boletín
3. Buzones de sugerencias
4. Capacitaciones
5. Conversatorios de derechos humanos
6. Cartelera informativa
7. Comités prioritarios de salud ocupacional
8. Comités primarios
9. Comité SST y PESV
11. Encuesta de clima laboral
12. Encuentros de líderes con colaboradores
13. Aplicación Web (TGI Inspira)
14. Intranet (contacto-plataforma de beneficios)
15. Línea Ética
16. Observaciones de comportamiento
17. Procesos de negociación colectiva
18. Reuniones (preoperacionales en cada centro de trabajo)

#### Frecuencia de relacionamiento

1. Permanente
2. Permanente
3. Permanente
4. Mensual
5. Trimestral
6. Permanente
7. Mensual
8. Semanal
9. Mensual
10. Permanente
11. Mensual
12. Bimensual
13. Permanente
14. Permanente
15. Permanente
16. Permanente
17. De acuerdo a necesidad
18. Trimestral

### 3. Colaboradores

#### Temas y asuntos que les interesa

- Acompañamiento en el relacionamiento con otros grupos de interés
- Activación de la economía y generación de empleo
- Calidad de vida
- Derechos humanos
- Desarrollo de nuestra gente
- Ética y transparencia
- Equidad, diversidad e inclusión
- Gobierno corporativo (Estrategia y entendimiento de la compañía, negocios y entorno)
- Innovación efectiva
- Riesgo y cumplimiento
- Salud y seguridad en el trabajo (Covid-19, actividades de alto riesgo, medicina preventiva y de trabajo)

#### Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de satisfacción según encuesta de ambiente laboral
- Porcentaje de PQRS atendidas y resueltas
- Número de empleos creados
- Índice de rotación de personal

#### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

##### Riesgo

- Información insuficiente o excesiva que genera desconexión con los colaboradores
- Cantidad de espacios, reuniones que se vuelven excesivas Fallas en logística, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados
- Desconfianza del grupo de interés sobre la Compañía
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir

##### Control

- Analizar la pertinencia, oportunidad y contenido de la información que se entrega a los colaboradores.
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivo y resultado esperado.
- Mas transparencia en la información y auditorías internas y externas
- Conocer y dar a conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas

## 4. Junta Directiva



### Perfil

Máximo órgano de gobierno de TGI.

### Objetivo de relacionamiento

Fortalecer el Gobierno Corporativo para la toma de decisiones estratégicas de la compañía y para mantenerlos informados de los hechos relevantes de la empresa

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de asistencia a la junta
- Número de reuniones de la junta directiva
- Escala de resultados evaluación anual de junta

## Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos o actores

Este grupo comprende:

Comités de Junta: Comité Financiero y de Inversiones, Comité Operativo, Comité de Auditoría y Riesgos, Comité de Gobierno Corporativo, Sostenibilidad y Talento Humano

### Mecanismos de relacionamiento

1. Auditorías (Evaluación externa de la junta)
2. Correos electrónicos con la Vicepresidente Jurídica, el Director de Asuntos Corporativos y la Presidente
3. Encuentros de miembros de Junta TGI – GEB
4. Eventos internos (Charlas estratégicas) y externos para profundizar conocimiento.
5. Informe de Gestión Sostenible
6. Sharepoint
7. Llamadas telefónicas con la Vicepresidente Jurídica, el Director de Asuntos Corporativos y la Presidente
8. Reuniones Junta Directiva

### Frecuencia de relacionamiento

1. Anual
2. Permanente
3. Bienal
4. De acuerdo a necesidad
5. Anual
6. Permanente
7. Permanente
8. Mensual

## 4. Junta Directiva

### Temas y asuntos que les interesa

- Cultura organizacional
- Gestión ambiental y cambio climático
- Gestión de la sociedad anónima de TGI
- Gestión con las comunidades en área de influencia
- Información clave en temas financieros, comerciales y operativos
- Información transparente y oportuna para la toma de decisiones
- Innovación
- Proyectos estratégicos que generen valor
- Resultados organizacionales
- Riesgos estratégicos
- Temas de entorno (políticos, económicos, regulatorios, competidores.)

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Filtración de la información confidencial
- Inadecuado manejo de pesos y contrapesos estipulados para los roles de la Junta Directiva
- Conflictos de intereses
- Información insuficiente o excesiva que genera desconexión de los miembros
- Desconfianza del grupo de interés sobre la Compañía
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir
- Fallas en logística, débil asistencia, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía

#### Control

- GEB diseñó herramientas con altos estándares de seguridad (SharePoint).
- Asegurar el cumplimiento de los Estatutos de Junta y Código de Gobierno Corporativo.
- Política de administración de conflictos de interés
- Analizar la pertinencia, oportunidad y calidad de la información que se entrega a los miembros de Junta
- Transparencia en la información y auditorías internas y externas
- Conocer y dar conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivo y resultado esperado conjunto
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento

## 5. Comunidades y actores del territorio



### Perfil

Los distintos actores que se encuentran en las zonas en las que tiene operación TGI, como comunidades del área de influencia, líderes sociales, presidentes de juntas de acción comunal y ONGs entre otros.

### Objetivo de relacionamiento

- Facilitar y dinamizar en forma proactiva el relacionamiento de TGI con sus comunidades y diferentes actores del territorio.
- Asegurar el entorno social mediante acciones tangibles de Conciencia Social que trasciendan a un relacionamiento genuino, permanente y transparente que garanticen la viabilidad de la operación y el desarrollo de los proyectos de TGI.
- Fortalecer el desarrollo de capacidades y la autogestión de las comunidades, promoviendo alianzas y movilizando recursos tangibles e intangibles.
- Promover el desarrollo y la calidad de vida de los territorios donde tenemos presencia, mediante la participación en proyectos sociales.
- Posicionar a TGI como un actor relevante para el desarrollo de la sociedad y el bienestar de las personas.
- Fortalecer relaciones de largo plazo y mutuo beneficio, fundamentadas en el reconocimiento y el respeto.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos o actores

Este grupo comprende:

- Comunidades étnicas (comunidades indígenas, autoridades tradicionales, comunidades negras, consejos comunitarios)
- Corregimientos
- Departamentos
- Municipios (alcaldes, secretarios de gobierno, concejos y personerías municipales, autoridades ambientales regionales, organismos de socorro, instituciones educativas municipales, asociaciones, fundaciones, Mipymes, veedurías ciudadanas)
- Organizaciones de la Sociedad Civil (fundaciones, empresas del sector O&G, academia (universidad, centros de pensamiento e investigación)
- Propietarios de predio (familias que viven cerca al derecho de vía, invasiones)
- Unidades territoriales
- Veredas (juntas de acción comunal, comunidad que habita en la vereda, escuelas - instituciones educativas)

### Mecanismos de relacionamiento

1. Boletín
2. Comunicaciones radiales
3. Correspondencia (comunicaciones escritas)
4. Correos electrónicos (participacion.ciudadana@tgi.com.co)
5. Encuentros presenciales
6. Informe de Gestión Sostenible
7. Llamadas telefónicas y chats
8. Página web
9. Reuniones (presenciales o virtuales) lideradas por el equipo social y la subdirección social
10. Visitas (presenciales o virtuales) lideradas por el equipo social y la subdirección social

### Frecuencia de relacionamiento

1. Trimestral
2. Anual
3. Permanente
4. Permanente
5. Mensual
6. Anual
7. Permanente
8. Permanente
9. De acuerdo a necesidad
10. De acuerdo a necesidad

## 5. Comunidades y actores del territorio

### Temas y asuntos que les interesa

- Agroindustria
- Avance de proyectos
- Impactos y medidas de manejo ambiental generados por la actividad de la empresa
- Inversión social y participación laboral para el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida y condiciones socioeconómicas de las comunidades
- Gestión ambiental, social y regulatoria
- Gestión de riesgos para la prevención y reducción de las actividades generadoras de riesgos de desastres
- Temas operativos y emergentes
- Recomendaciones de convivencia y seguridad con la infraestructura

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de satisfacción según encuesta a comunidades locales y beneficiarios de los programas (anualmente)
- Porcentaje de satisfacción/percepción del relacionamiento con las comunidades

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Desconfianza del grupo de interés sobre la Compañía
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir
- Fallas en logística, débil asistencia, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía
- Entrega de información por un tercero y no por el área que tiene encargada entregar la información a la comunidad
- Desconocimiento de los temas y recomendaciones de seguridad en torno a la infraestructura

#### Control

- Asegurar la entrega de información clara y transparente, indicar que la información, por ejemplo, del Informe de Gestión Sostenible es asegurada por un tercero independiente
- Conocer y dar conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivos y resultados
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento
- Entregar información por los canales formales de TGI de manera permanente y generar una sensibilización a las diferentes áreas de TGI sobre el manejo de la información que se entrega a las comunidades.
- Generar espacios de capacitación sobre temas de seguridad en torno a la infraestructura.

## 6. Contratistas y Proveedores



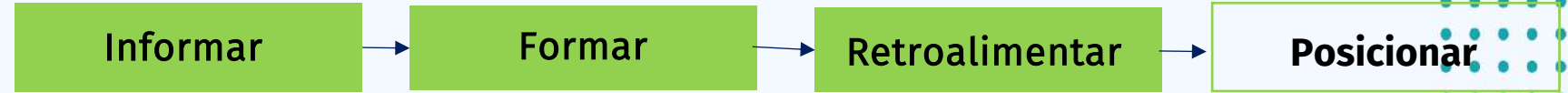
### Perfil

Aliados que proveen sus productos y servicios para apoyar el cumplimiento de los objetivos de TGI.

### Objetivo de relacionamiento

- Fortalecer la condición de aliados estratégicos para el logro de los objetivos corporativos y la construcción de relaciones de largo plazo.
- Conocer el mercado de proveedores con el fin de identificar los mejores contratistas para TGI que apoyen el cumplimiento de nuestros objetivos.
- Generar oportunidades de participación y posibilidad de contratar con TGI a empresas nacionales e internacionales.
- Dar a conocer las políticas, procedimientos y directrices de TGI en todos los ámbitos (HSE y social, derechos humanos, legales y de cumplimiento, entre otros).
- Identificar los contratistas con mejor desempeño en TGI para continuar con una relación de mutuo beneficio.

### Ejes de relacionamiento



### Subgrupos o actores

Este grupo comprende:

1. Proveedores: empresas que potencialmente pueden suministrar bienes y/o servicios a TGI
2. Contratistas: empresas que proveen de bienes y servicios a TGI mediante un contrato firmado

### Mecanismos de relacionamiento

- |  |  |
|--|--|
| 1. Correo electrónico exclusivo para proveedores                     | 1. Informe de Gestión Sostenible   |
| 2. Encuestas   | 2. Línea de atención a proveedores   |
| 3. Evaluación de desempeño realizada por el interventor del contrato | 3. Línea Ética   |
| 4. Eventos dirigidos a proveedores en conjunto con el GEB            | 4. Página web (sección proveedores)  |
| 5. Registro de proveedores y gestión de procesos de contratación en  | 5. Reuniones (presenciales y virtuales) de relacionamiento con potenciales proveedores |
|  | 6. Visitas de evaluación   |

### Frecuencia de relacionamiento

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| 1. Permanente                            | 10. Permanente             |
| 2. Permanente                            | 11. De acuerdo a necesidad |
| 3. Trimestrales o de acuerdo a necesidad | 12. De acuerdo a necesidad |
| 4. Permanente                            |                            |
| 5. Anual                                 |                            |
| 6. Permanente                            |                            |
| 7. Anual                                 |                            |
| 8. Permanente                            |                            |
| 9. Permanente                            |                            |

## Temas y asuntos que les interesa

- Comunicación asertiva
- Ética y Gobierno Corporativo
- Gestión del talento
- Gestión de temas sociales, ambientales de derechos humanos en la comunidad
- Innovación y tecnología
- Planes de mejora a contratistas con evaluaciones regulares y deficientes.
- Políticas relacionadas con la gestión de proveedores
- Salud y seguridad en el trabajo
- Convocatorias para la prestación de servicios o productos

## Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de calificación en evaluación al proveedor
- Porcentaje de satisfacción del proveedor con la Organización
- Número de proveedores y contratistas nuevos con los que TGI tenga relaciones comerciales
- Resultados de las evaluaciones de eventos o número de evaluaciones realizadas

## 6. Contratistas y Proveedores

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Información insuficiente o excesiva que genera desconexión y desconfianza entre ambas partes.
- Desconfianza del grupo de interés sobre la Compañía.
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir.
- Fallas en logística, débil asistencia, falta de claridad en espacios de relacionamientos intencionados.
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía.

#### Control

- Identificar los momentos, mensajes y canales de comunicación claves con los proveedores de TGI, que permitan entregar información de valor sobre la Compañía, así como noticias generales y de interés.
- Más transparencia en la información y auditorías internas y externas.
- Conocer y dar conocer limitaciones, negociación, manejo de expectativas.
- Planeación de logística de eventos, información clara y precisa, compartir objetivo y resultado esperado conjunto.
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento.



## 7. Inversionistas



### Perfil

Son aquellos aliados financieros que pueden proveer capital a TGI y tienen la capacidad de invertir y apalancar el desempeño/crecimiento de TGI

### Objetivo de relacionamiento

Divulgar a los inversionistas, de forma oportuna, información sobre el desempeño comercial, financiero y operativo de TGI y del entorno económico en el cual la empresa desarrolla sus actividades, presentando de manera clara al mercado los riesgos, beneficios y oportunidades de la compañía.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Mecanismos de relacionamiento

1. Correos electrónicos con la VPF y el Área de Relación con el Inversionista de GEB
2. Informe de Gestión Sostenible
3. Informe de Gobierno Corporativo
4. Llamadas telefónicas con la VPF y el Área de Relación con el Inversionista de GEB
5. Publicación de Estados Financieros e Informes de Resultados
6. Reuniones (presenciales y virtuales) de presentación de resultados

### Frecuencia de relacionamiento

- |               |               |
|---------------|---------------|
| 1. Permanente | 5. Trimestral |
| 2. Anual      | 6. Trimestral |
| 3. Anual      |               |
| 4. Trimestral |               |

### Temas y asuntos que les interesa

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Gobierno Corporativo</li><li>• Informe de la gestión de la sociedad anónima, comportamiento de la acción, logros y retos en materia financiera</li><li>• Marco regulatorio</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Sostenibilidad</li><li>• Temas financieros, comerciales y operativos</li><li>• Verificación y claridad en la entrega de la información</li></ul> |
|--|--|

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Índice de reputación y marca en respuestas relacionadas con los inversionistas (realizados por el GEB)
- Porcentaje de participación en reuniones de presentación de resultados.

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Entregar información de poco valor, poca claridad o inoportuna que nos convierte en una fuente irrelevante.
- Generar una percepción errada sobre la gestión de la compañía, resultados y cumplimiento de objetivos con sus grupos de interés.

#### Control

- Análisis de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información
- Verificación y claridad en la entrega de la información

## 8. Socios y aliados estratégicos



### Perfil

Son aquellas organizaciones donde se abarcan las filiales, productores de gas, remitentes, generadores, inversionistas y competencia con quien se establecen proyectos estratégicos

### Objetivo de relacionamiento

Habilitar el desarrollo de la estrategia de negocio desde la oferta y la demanda de Gas Natural y otras oportunidades potenciales de negocio (adquisiciones, alianzas, fusiones).

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Número de Interacciones entre área encargada con la Gerencia de Desarrollo de Negocios
- Índice de satisfacción y confianza
- Porcentaje de cumplimiento de actividades o de proyectos realizados

### Ejes de relacionamiento

### Informar

### Formar

### Retroalimentar

### Posicionar

### Subgrupos o actores

- |   |                           |
|---|---------------------------|
| 1. Productores                                | 4. Inversionistas         |
| 2. Transportadores, Distribuidores Remitentes | 5. Generadores / energías |
| 3. Comercializadores                          |                           |

### Mecanismos de relacionamiento

- |  |   |
|--|---|
| 1. Acuerdos de confidencialidad                      | 8. Reuniones (presenciales y virtuales) |
| 2. Acuerdos bilaterales                              | 9. Talleres                             |
| 3. Correos electrónicos                              |   |
| 4. Eventos (participación)                           |   |
| 5. Informe de Gestión Sostenible                     |   |
| 6. Memorandos de entendimiento (actividades, fechas) |   |

### Frecuencia de relacionamiento

- |                                   |                           |
|-----------------------------------|---------------------------|
| 1. Anual o de acuerdo a necesidad | 5. Anual                  |
| 2. De acuerdo a necesidad         | 6. Bienal                 |
| 3. Permanente                     | 7. Permanente             |
| 4. De acuerdo a necesidad         | 8. Permanente             |
|                                   | 9. De acuerdo a necesidad |

### 7. Llamadas telefónicas

- Adquisiciones, alianzas o fusiones
- Asuntos sociales en territorios de operación
- Cambio climático
- Capacitación y preparación del talento humano
- Crecimiento del negocio rentable
- Descarbonización, transición energética y su rentabilidad

### Temas y asuntos que les interesa

- Gobierno corporativo
- **Demanda:** Incremento de demanda
- Empatía con los clientes
- **Midstream:** Conexiones Off-shore; Gasoductos de conexión; Procesamiento GLP y otros derivados; Plantas de Regasificación Caribe; PPII Yacimientos No Convencionales (YNC); Micro LNG
- GNV; Incentivos Industrias Sector

Térmico; Bidireccionalidad Barranca - Ballena

- **Otras iniciativas;** ZNI; Hidrógeno; Gases renovables, otros.

## 8. Socios y aliados estratégicos

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Perder continuidad en el relacionamiento
- Generar una percepción errada sobre la gestión de la compañía, resultados y cumplimiento de objetivos con sus grupos de interés.
- Revelar información confidencial.

#### Control

- Hacer seguimiento a la respuesta de los socios y aliados estratégico a las comunicaciones, emails, confirmaciones de asistencia, etc. de los diversos mecanismos de relacionamiento.
- Verificación la claridad en la entrega de la información
- Contar con acuerdos de confidencialidad y constante verificación de información que debe ser confidencial o puede ser pública.

## 9. Entidades financieras y calificadoras de riesgo



### Perfil

Es el grupo de interés en el que se incluyen proveedores de capital como bancos u organismos multilaterales y al mismo tiempo se tienen en cuenta las firmas calificadoras de riesgo.

### Objetivo de relacionamiento

#### Entidades financieras:

- Obtener condiciones óptimas de financiamiento para la compañía que permitan un crecimiento sostenible y rentable, así como otros productos y servicios financieros para las transacciones de la operación del negocio.
- Obtener lecturas de mercado sobre condiciones de financiamiento y variables macroeconómicas

**Calificadoras de Riesgo:** Obtener una calificación de riesgo que refleje al mercado la calidad crediticia de la compañía.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos o actores

- Entidades financieras
- Calificadoras de riesgo

### Mecanismos de relacionamiento

#### 1. Calificadoras de riesgo y Entidades financieras

- a) Correos electrónicos a través de la VFI, Dirección de Planeación Financiera y Gerencia de Relación con el Inversionista de GEB
- b) Llamadas telefónicas a través de la VFI, Dirección de Planeación Financiera y Gerencia de Relación con el Inversionista de GEB

c) Página Web (sección información financiera relevante)

- d) Reuniones (presenciales y virtuales) a través de la VFI, Dirección de Planeación Financiera y Gerencia de Relación con el Inversionista de GEB
- e) Reuniones (conferencia de presentación de resultados)

#### 2. Solo Calificadoras:

- a) Reunión de revisión de calificación

### Frecuencia de relacionamiento

#### 1. Calificadoras de riesgo y Entidades financieras

- a) Permanente
- b) Permanente
- c) Permanente
- d) De acuerdo a necesidad
- e) Trimestral o de

acuerdo a necesidad  
2. Solo Calificadoras:  
a) Anual

### Temas y asuntos que les interesa

- Logros y retos en materia financiera
- Necesidades de financiación
- Temas comerciales y operativos
- Temas financieros
- Temas regulatorios
- Sostenibilidad y gobierno corporativo

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de asistencia a la conferencia de resultados los que TGI tiene relación
- Rating crediticio de TGI
- Calificación de bancos con

## 9. Entidades financieras y calificadoras de riesgo

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Entregar información de poco valor, poca claridad o inoportuna que nos convierte en una fuente irrelevante o entregue un mensaje equivocado al mercado.
- Generar una percepción errada sobre la gestión de la compañía, resultados y cumplimiento de objetivos con sus grupos de interés.
- Revelar información confidencial

#### Control

- Análisis y verificación de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información
- Verificación y claridad en la entrega de la información
- Contar con acuerdos de confidencialidad y verificar la información que se publica.

## 10. Accionistas



### Perfil

Son aquellas personas (naturales y/o jurídicas) que tienen propiedad de TGI. (Ej GEB)

### Objetivo de relacionamiento

Nos relacionamos con nuestros accionistas para la toma de decisiones importantes que afectan la compañía y para rendirles cuentas por los resultados de la empresa.

Crear valor económico sostenible en un ambiente de confianza con nuestros accionistas, aplicando buenas prácticas de gobierno corporativo y entregando información relevante y oportuna.

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Mecanismos de relacionamiento

1. Asamblea de accionistas
2. Conferencia de resultados
3. Correos electrónicos
4. Correspondencia
5. Derecho de inspección
6. Informe de Gestión Sostenible
7. Informe de Gobierno Corporativo
8. Página web

### Frecuencia de relacionamiento

1. Anual
2. Anual
3. Permanente
4. De acuerdo a necesidad
5. Anual
6. Anual
7. Trimestral
8. Permanente

### Temas y asuntos que les interesa

- Cumplimiento del marco normativo y gestión regulatoria
- Informe de gestión de la compañía, comportamiento de la acción, logros y retos en materia financiera
- Relacionamiento con las comunidades y la licencia social para operar
- Temas financieros, comerciales y operativos

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Índice de reputación
- Porcentajes de confianza a partir de encuestas cortas
- Porcentaje de participación en conferencia de resultados
- Porcentaje asistencia a asamblea
- Rentabilidad total del accionista
- Porcentaje de aprobación de informes (financieros, gestión sostenible)

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Entregar información de poco valor o poca claridad que nos convierte en una fuente irrelevante.
- Generar una percepción errada sobre la gestión de la compañía, resultados, cumplimiento de objetivos con sus grupos de interés.
- Abordar expectativas y compromisos que no se puedan cumplir

#### Control

- Análisis de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información.
- Verificación y claridad en la entrega de la información.
- Conocer y dar a conocer limitaciones, negociación y manejo de expectativas

## 11. Gremios y asociaciones



### Perfil

Actores e instituciones con las que TGI puede generar alianzas para la formación, investigación, desarrollo de políticas públicas y de la industria.

Nota: Incluye al sindicato de TGI

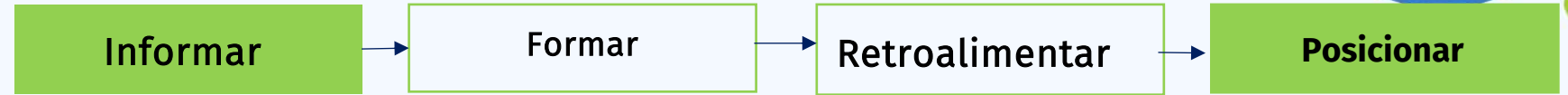
### Objetivo de relacionamiento

- Posicionar al Gas natural como energético indispensable en la Transición energética, resaltando sus atributos para la competitividad y ambición climática.
- Posicionar a TGI como empresa líder del sector.
- Generar alianzas estratégicas para posicionar al Gas natural y el desarrollo de mercado de otros energéticos de baja emisión.

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Número de actividades y eventos realizados con gremios y asociaciones
- Porcentaje de asistencia de los miembros de TGI a los eventos realizados por los gremios

## Ejes de relacionamiento



### Subgrupos o actores

- Servicios (ANDESCO)
- Sector de Hidrocarburos (NATURGAS, ANH, ACP)
- Sector de Energía (ANDEG, ASOENERGÍA)
- Industria (ANDI-ACIEV)

### Mecanismos de relacionamiento

1. Asambleas (participación en asambleas de los gremios)
2. Capacitaciones (participación en capacitaciones)
3. Correos electrónicos (correspondencia@tgi.com.co)
4. Eventos (participación en congresos)
5. Foro TGI
6. Informe de Gestión Sostenible
7. Juntas (Participación en juntas/consejos directivos de los gremios de acuerdo a su composición anual)
8. Mesas de trabajo (participación en cada gremio)
9. Llamadas telefónicas
10. Participación en campañas conjuntas de promoción del gas/servicios públicos
11. Reuniones uno a uno (presenciales y virtuales)
12. Reuniones de primer nivel (presenciales y virtuales)

### Frecuencia de relacionamiento

1. Anual
2. De acuerdo a necesidad
3. Permanente
4. De acuerdo a necesidad
5. Anual
6. Anual
7. Mensual
8. De acuerdo a necesidad
9. Permanente
10. De acuerdo a necesidad
11. Permanente
12. De acuerdo a necesidad

## 11. Gremios y asociaciones

### Temas y asuntos que les interesa

- Actividades y proyectos de la cadena de hidrocarburos
- Aporte a la Sostenibilidad
- Calidad del aire
- Cambio climático
- Contratación del suministro de Gas
- Desarrollo de la industria del Gas
- Digitalización e innovación en productos
- para generar ventaja competitiva
- Equidad de género y diversidad en el sector
- Gestión social dentro del territorio
- Gobierno corporativo
- Regulación

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Perder continuidad en la participación en eventos y actividades del gremio
- Falta de claridad en las temáticas que se desarrollan al interior del gremio, que interesan a TGI
- Desacuerdos y posiciones disímiles entre TGI y el Gremio

#### Control

- Revisión y seguimiento continuo a la agenda del gremio que permita observar trazabilidad de la respuesta de las agremiaciones y asociaciones a las comunicaciones, emails, confirmaciones de asistencia, etc., de los diversos mecanismos de relacionamiento.
- Verificación y priorización de la pertinencia y relevancia de la información entregada desde las agremiaciones al área de TGI encargada del relacionamiento con este GI. En caso de ser necesario solicitar aclaraciones a la instancia correspondiente.
- Coordinar espacios donde se validen los mensajes que propone el gremio y se defina la posición de TGI al respecto.



## 12. Usuarios/Consumidores finales



### Perfil

Este GI incluye todas las personas naturales o jurídicas que por medio de nuestros distribuidores utilizan el gas natural como combustible en sus diferentes actividades de hogar, industriales y de movilidad

### Objetivo de relacionamiento

- Posicionar el gas natural como energético limpio, competitivo, que aporta a una mejora calidad de aire y bienestar.
- Informar de impactos o novedades en la prestación del servicio de transporte que puedan afectar al usuario final.
- Posicionar a TGI como integrante fundamental en la prestación del servicio de gas natural

### Ejes de relacionamiento

Informar

Formar

Retroalimentar

Posicionar

### Subgrupos

- Usuarios residenciales
- Consumidores del sector Industrial
- Consumidores del sector Movilidad
- Termoeléctricas

### Mecanismos de relacionamiento

1. Comunicaciones (comunicados de prensa)
2. Comunicaciones (comunicados a clientes)
3. Eventos (participación en campañas gremiales)
4. Informe de Gestión Sostenible
5. Página web
6. Pronunciamento en medios: entrevistas, artículos, especiales de gas natural, cubrimiento de noticias sectoriales
7. Redes sociales (Twitter, LinkedIn)

### Frecuencia de relacionamiento

1. De acuerdo a necesidad
2. De acuerdo a necesidad
3. De acuerdo a necesidad
4. Anual
5. Permanente
6. De acuerdo a necesidad
7. Permanente

### Temas y asuntos que les interesa

- Beneficios de usar gas natural y su carácter de energía limpia
- Procesos relacionados con el suministro de gas
- Situación de emergencia, afectación del suministro y acciones de TGI para solucionarlas.
- Suministro confiable
- Rol de TGI en la industria

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Índice de percepción respecto a solución de emergencias y afectaciones del suministro.
- Número de noticias positivas o neutras sobre total de noticias relacionadas con situaciones de emergencia.
- Índice de reputación.

## 12. Usuarios/Consumidores finales

### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

#### Riesgo

- Desinformación
- Entregar información de poco valor o poca claridad que nos convierte en una fuente irrelevante
- Falta de confianza y cercanía de la compañía con el GI

#### Control

- Crear piezas comunicativas que prevengan caer en desinformación haciendo énfasis en la verificación de fuentes confiables como los medios propios de TGI
- Análisis de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información
- Estar en constante comunicación a través de los diversos canales de comunicación masiva como redes sociales, página web o el Informe de Gestión Sostenible

## 13. Medios de comunicación y líderes de opinión



### Perfil

Entidades con las que se establece una relación de comunicación y flujo de información para conocimiento de la industria y visibilidad de temas específicos en torno a TGI

### Objetivo de relacionamiento

- Convertir a TGI en un actor y fuente de información confiable y relevante que entrega contenido de valor al país.
- Posicionar al gas natural como recurso indispensable en la transición energética, resaltando sus atributos para la competitividad y ambición climática.
- Informar de impactos o novedades en la prestación del servicio de transporte que puedan afectar al usuario final.
- Identificar espacios de encuentro con los medios y líderes de opinión que fortalezcan su criterio editorial y nos permitan posicionarnos y generar conversaciones alrededor de temas de interés común.

## Ejes de relacionamiento



### Subgrupos

- Nacionales
- Regionales
- Locales
- Comunitarios

### Mecanismos de relacionamiento

1. Capacitaciones
2. Comunicaciones (comunicados de prensa)
3. Correos electrónicos
4. Entrevistas
5. Eventos
6. Foro TGI
7. Informe de Gestión Sostenible
8. Llamadas telefónicas
9. Página web
10. Redes sociales (Twitter, LinkedIn)
11. Reuniones de resultados (presenciales y virtuales)
12. Visitas a la compañía

### Frecuencia de relacionamiento

1. De acuerdo a necesidad
2. De acuerdo a necesidad
3. Permanente
4. De acuerdo a necesidad
5. De acuerdo a necesidad
6. Anual
7. Anual
8. Permanente
9. Permanente
10. Permanente
11. Trimestral
12. De acuerdo a necesidad

### Temas y asuntos que les interesa

- Desarrollo de la industria.
- Gestión sostenible de la Compañía.
- Incidentes en la infraestructura de gasoductos.
- Obras de infraestructura que contribuyen con el progreso de la nación.
- Posición de TGI frente a: equidad, sector gas.
- Premios y logros obtenidos por la Compañía.
- Resultados Financieros.

### Indicadores que miden el relacionamiento

- Índice de percepción respecto a solución de emergencias y afectaciones del suministro.
- Número de noticias positivas o neutras sobre total de noticias relacionadas con situaciones de emergencia.
- Porcentaje de asistencia de los medios de comunicación y líderes de opinión a la invitación a espacios/eventos citados por TGI

### 13. Medios de comunicación y líderes de opinión

#### Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

##### Riesgo

- Establecer contactos equivocados con medios de comunicación
- Falta de control del relacionamiento, poca o nula planeación y seguimiento, información insuficiente en doble vía.
- Entregar información de poco valor o poca claridad que nos convierte en una fuente irrelevante.
- Desinformación.

##### Control

- Actualización permanente del directorio de contactos del GI.
- Monitoreo y seguimiento, asignación de responsabilidades, información clara, oportuna y precisa, documentación del relacionamiento.
- Análisis de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información.
- Crear piezas comunicativas que prevengan caer en desinformación haciendo énfasis en la verificación de fuentes confiables como los medios propios de TGI. Estar en constante comunicación a través de los diversos canales de comunicación masivos: redes sociales, página web o el informe de Gestión Sostenible.



## ANEXOS Y BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTE MANUAL

- Principios de Accountability 2018 disponibles en: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-accountability-principles>
- Norma AA1000 Compromiso de los grupos de interés (2011). Managing a Sustainable Business
- Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés. Accountability 2016. Disponible en: <http://gestion-calidad.com/wp-content/uploads/2016/09/Manual-Stakeholders.pdf>
- Respuestas en los diálogos con GI en relación con temas de relacionamiento
- Matriz diligenciada por las áreas encargadas de relacionamiento con GI
- Excel de resultados de encuesta Forms realizada a las áreas encargadas de relacionamiento con GI





TGI  
Grupo Energía Bogotá