



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



1

CONTEXTO

- Sobre este Manual
- Nuestros grupos de interés

Sobre este manual

Como parte de nuestra propuesta de valor y nuestra estrategia de sostenibilidad creamos este manual de relacionamiento que consigna el entendimiento y la gestión que generamos hacia nuestros grupos de interés, por medio de nuestra oferta de valor que busca dar respuesta a sus expectativas.

Partiendo de una construcción continua, identificamos los actores clave de nuestras actividades con la intención de contar con canales, frecuencias, líderes de intercambio de información y temas de interés claros que nos permitan consolidar las relaciones de beneficio mutuo, generar sinergias y dar una adecuada y oportuna respuesta a los requerimientos de estos actores.

Las sinergias requieren una herramienta para fortalecer las relaciones humanas y contribuir a nuestro fin último de llevar progreso a los territorios evidenciando un pilar fundamental del desarrollo sostenible de los negocios a través de prácticas de involucramiento, diálogo, *feedback* continuo, adaptado y pertinente a cada tipo de persona, región y comunidad.

Aquí conocerás los conceptos básicos para entender nuestro vínculo con los grupos de interés, así como los principios y lineamientos de la relación en todas las geografías donde operamos, incluyendo riesgos, controles, indicadores y generación de capacidades en la conexión con cada grupo de interés. 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*

Nuestros grupos de interés

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



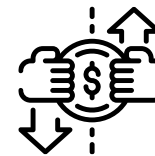
Comunidades y actores del territorio



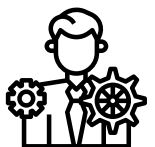
Contratistas y proveedores



Inversionistas



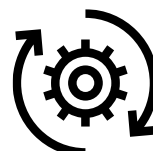
Entidades financieras y calificadoras de riesgo



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

Priorizamos nuestros grupos de interés

Nuestros grupos de interés fueron priorizados teniendo en cuenta la dependencia, e influencia que se presenta entre los Negocios de la Compañía y los mismos.

En esta metodología, los actores se clasifican según la influencia que pueden tener sobre la Compañía y el grado de dependencia que tengan a su vez de nuestra Organización.

Como resultado de la priorización, los actores se clasifican en:

Prioritarios: TGI depende de ellos y mis decisiones les afectan. Un conflicto puede impedir el cumplimiento de mi estrategia.

Apalancados: Dependen de TGI, pero no son determinantes para mi cumplimiento.

Cuellos de botella: Pueden tener un alto impacto en mi operación, pero no necesariamente demandan mucho de mí.

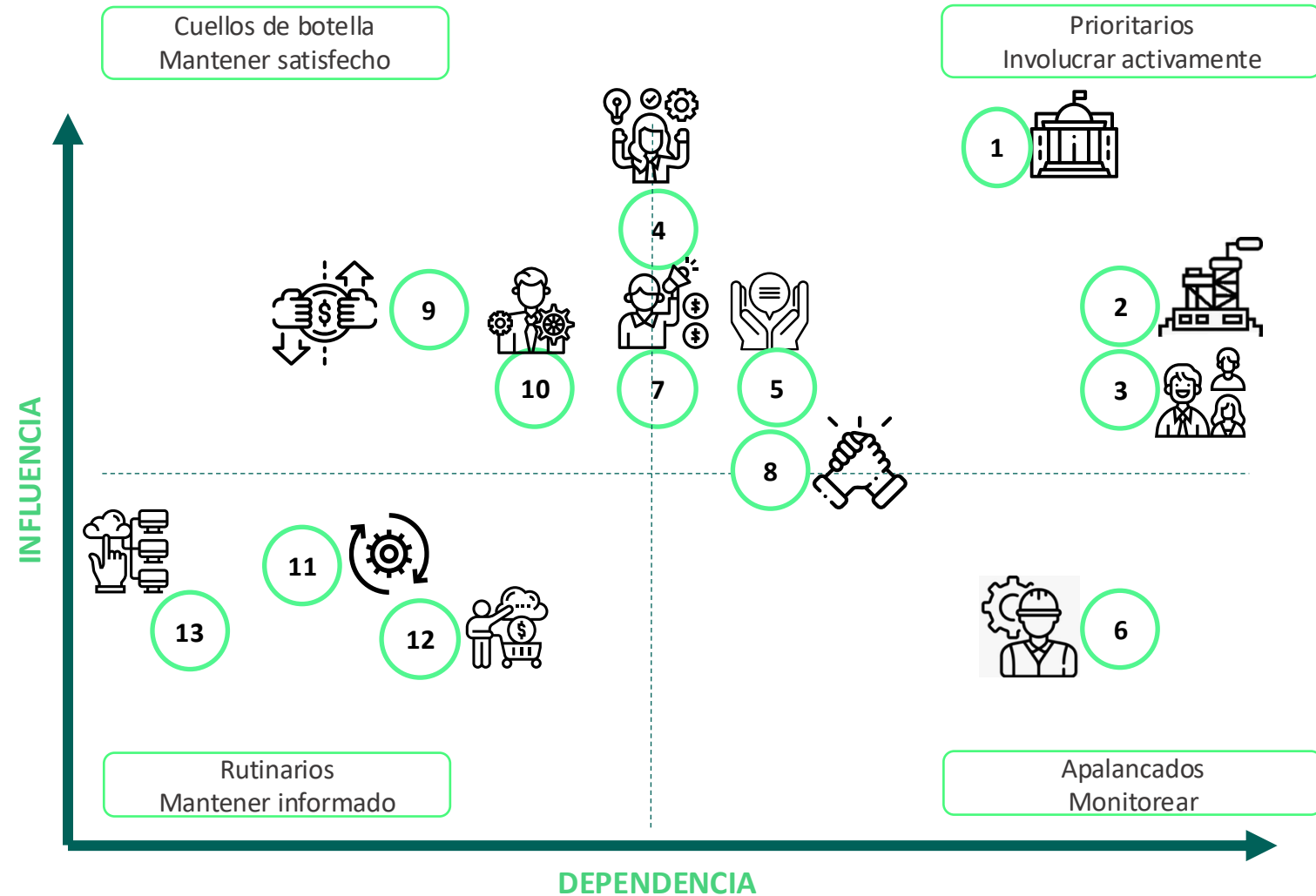
Rutinarios: La relación es menos vinculante, no representan un alto riesgo para el cumplimiento de mi estrategia.

Para esta priorización, tomamos como marco de referencia la Norma AA1000 Compromiso de los grupos de interés (2011). Managing a Sustainable Business.









Priorizamos nuestros grupos de interés

1. Entidades gubernamentales y entes de control
2. Clientes (remitentes)
3. Colaboradores
4. Junta directiva
5. Comunidades y actores del territorio
6. Contratistas y proveedores
7. Inversionistas
8. Socios y aliados estratégicos
9. Entidades financieras y calificadoras de riesgo
10. Accionistas
11. Gremios y asociaciones
12. Consumidores finales
13. Medios de comunicación y líderes de opinión



Otros lineamientos para identificar y priorizar a cada GI, utilizados por TGI

Entidades gubernamentales y entes de control 	Entidades gubernamentales con mayor actividad con TGI
Colaboradores 	Estructura de nómina que mes a mes la suministra el área de talento humano con las respectivas novedades. En esta se encuentran los trabajadores que se encuentran activos en nómina y su sede de trabajo (administrativos, distritos o estaciones de compresión).
Junta directiva 	La Junta Directiva cuenta con cuatro comités creados por la misma junta y ellos deciden quiénes son los integrantes de dichos comités. Las decisiones quedan soportadas en actas de la junta directiva.
Comunidades y actores del territorio 	Se cuenta con una matriz/mapa de actores en donde se incluyen los grupos, subgrupos y para cada uno de ellos se indica en detalle el tipo de relación, los canales de comunicación, impactos y expectativas identificadas.
Contratistas y proveedores 	Proveedores: Documento de clasificación de proveedores, en el que se describe la construcción de una matriz de posición de suministro para desarrollar estrategias de abastecimiento y además los tipos de relación a construir con los proveedores Contratistas: Empresas con quienes TGI tiene contratos de adquisición de bienes y/o servicios suscritos.
Socios y aliados estratégicos 	Revisión del portafolio de oportunidades del pilar de expansión y transformación.

Adicional al ejercicio general de priorización de Grupos de Interés, algunas de nuestras áreas cuentan con lineamientos específicos para identificar, priorizar o categorizar a los grupos de interés con los que se relacionan. A continuación, presentamos la tabla de los GI específicos que cuentan con estos lineamientos:

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

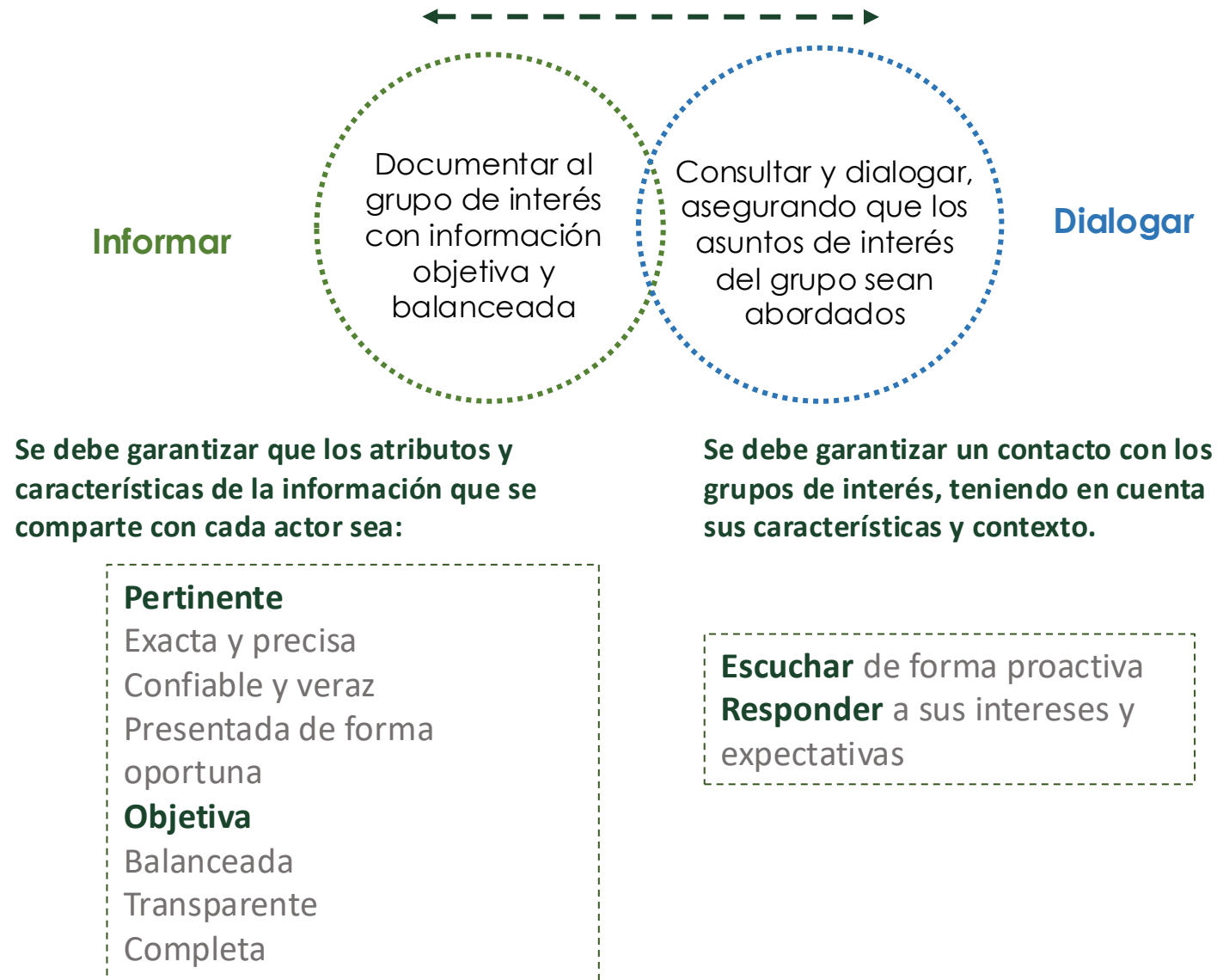
Entregar información y educación a nuestros grupos de interés, influenciando procesos de toma de decisiones y acciones que les afectan y a la sociedad en general.

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?

En el relacionamiento con nuestros grupos de interés, es importante establecer los canales de contacto, entregar información clara y oportuna a los actores, consultar y escuchar.

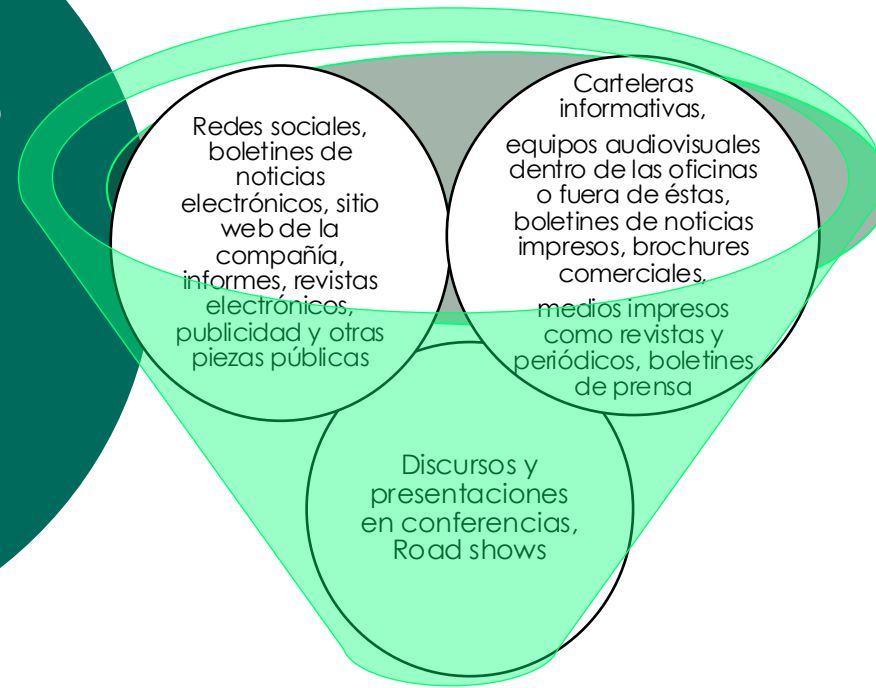




Mecanismos apropiados para relacionarnos con nuestros grupos de interés

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

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



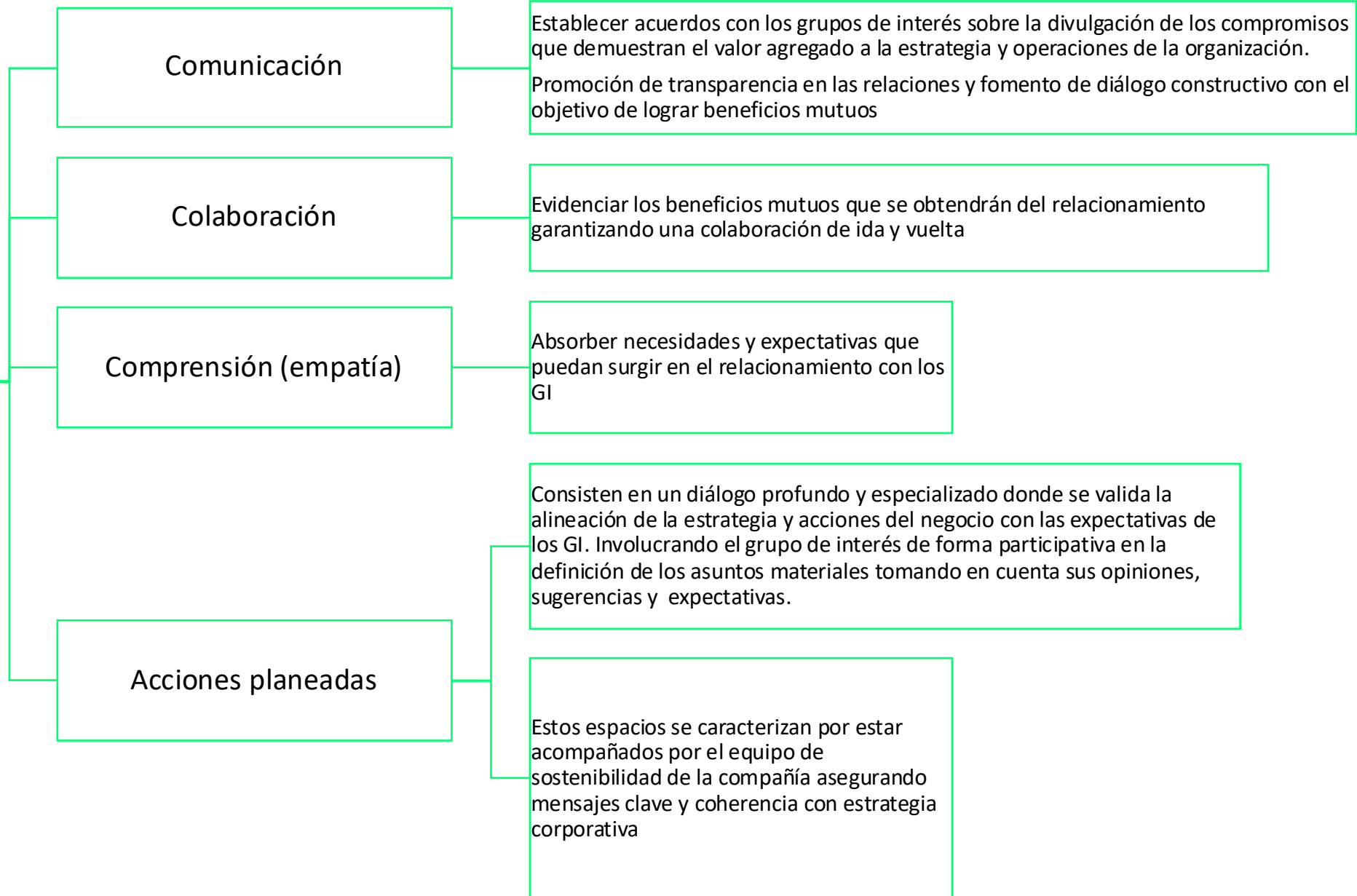
Herramientas/mecanismos que podemos usar para **informar** a nuestros GI



Herramientas/mecanismos que podemos usar para **dialogar** con 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.

Ejes de relacionamiento de acuerdo con la priorización de grupos de interés

De acuerdo a la posición en la matriz sugerimos tener en cuenta los ejes de relacionamiento con cada grupo de interés, dándole preponderancia o foco a uno o varios de ellos. Estos son:

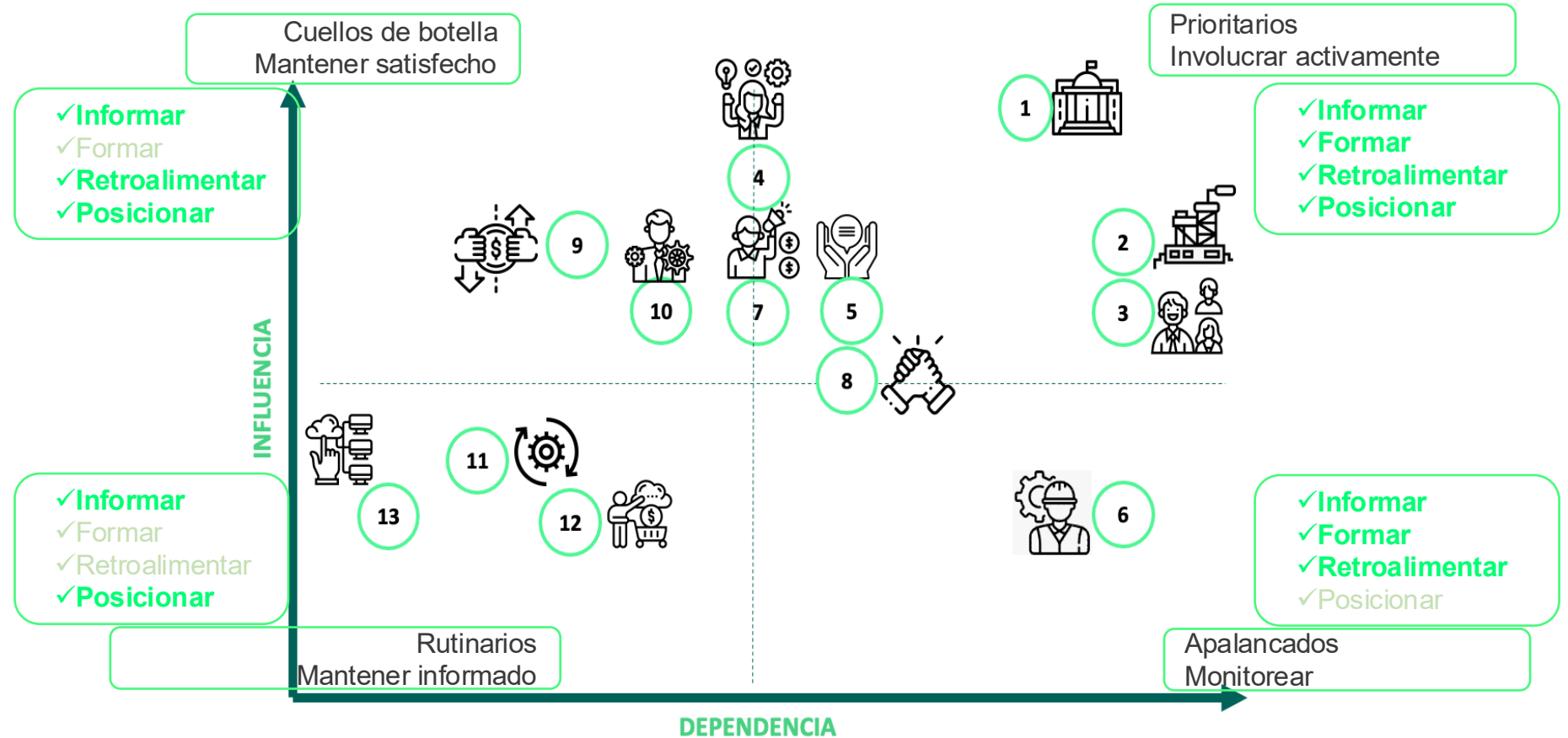
Informar: entregar más y mejor información sobre lo que somos y hacemos.

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.

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

En la matriz se resaltamos en **verde claro** los ejes de relacionamiento a los que sugerimos dar más preponderancia o foco en el relacionamiento



1. Entidades gubernamentales y entes de control
2. Clientes (remitentes)
3. Colaboradores
4. Junta directiva
- 5. Comunidades y actores del territorio**
6. Contratistas y proveedores
7. Inversionistas

8. Socios y aliados estratégicos
9. Entidades financieras y calificadoras de riesgo
10. Accionistas
11. Gremios y asociaciones
12. Consumidores finales
13. 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.

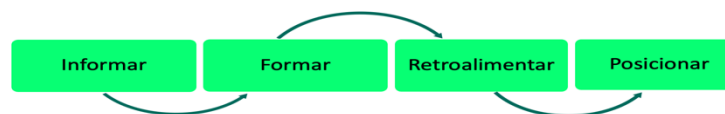
Objetivo de relacionamiento

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



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

Expectativas y percepciones acerca de:	Entrevista Hernán Amaya - CorpoBoyacá	Entrevista Jorge Alberto Valencia- Director CREG
Percepción general	NA	Cuentan con una comunicación fluida, tienen reuniones con GEB como un todo
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	De manera directa y reuniones.	Cuentan con los canales formales de relacionamiento La CREG está intentando trabajar por escuchar y entender más a sus compañías reguladas
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación global que uno vea en redes sociales- Mantener la comunicación muy directa (formal)	Debe seguir habiendo una relación más fluida Ellos tienen una relación en la que TGI le comunica la información que la CREG le requiere y si requiere información adicional, se la solicita.
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none">- Proyectos productivos- Innovación- Derechos humanos- Agua y deforestación.	

1. Entidades Gubernamentales y Entes de Control



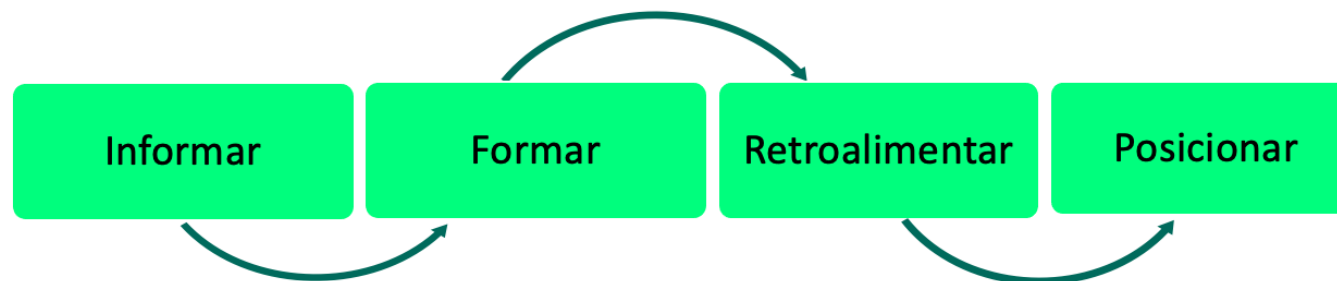
Perfil

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



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
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 y desarrollo del talento
- 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
- 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.
- 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.



2. Clientes

Expectativas y percepciones acerca de:	Entrevista Adriana Paucar - Vanti	Entrevista Claudia Gonzalez y Andres Vélez - GDO
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	Reuniones y comunicaciones por correo electrónico, cuando cambiaron el sistema hubo comunicaciones por correo que no fueron tan efectivas y no se notan tan cercanas.	<ul style="list-style-type: none">- No tienen claro los contactos con GDO y los roles y los contactos del equipo que pasan a la nueva VP comercial. (cambio de la Gerencia de nuevos negocios a la VP de transformación)- Mail, telefónico, Whatsapp.
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	Las reuniones cara a cara son más efectivas, donde estén los implicados directos y se pueda conversar de manera más efectiva.	<ul style="list-style-type: none">- Lo único que agregaría sería boletines particulares, aunque la información de primera mano es muy buena.- Un boletín con alguna periodicidad sería importante.- Es fácil acceder a ellos, pero no es fácil tener la respuesta en la inmediatez que uno quisiera.
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	No se tienen temas claros en los cuales quisiera saber más.	TGI realizaba un evento de clientes, para mostrar resultados, pero la pandemia no ha dejado continuarlo. Pero si quisieran saber en qué está la empresa, hacia donde va, que proyectos hay, porque en algunos temas consideran que pueden sumar (apoyar).

2. Clientes



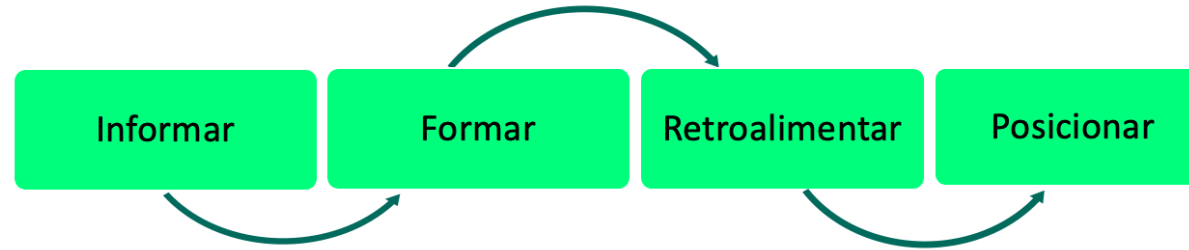
Perfil

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



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)
2. Bolefín 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. Permanente
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

Expectativas y percepciones acerca de:	Encuestas recibidas de 187 colaboradores
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none">- Correo electrónico e intranet- Comité primario- Reuniones de equipo
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none">- Correo electrónico e intranet- Comité primario
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none">- Innovación y tecnología,- Gestión de nuevos negocios- Gestión de talento humano- Gestión ambiental- Relación con las comunidades- Nuevos negocios

3. Colaboradores



Perfil

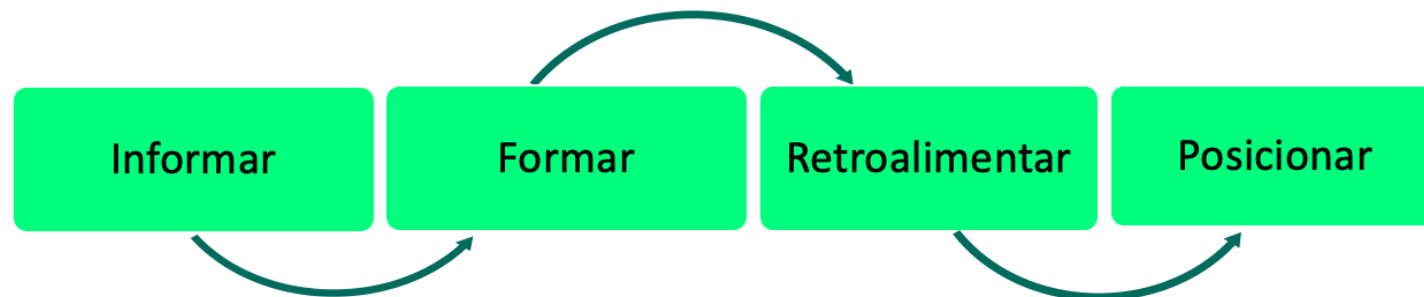
Es el GI donde se tiene en cuenta a todo aquel que tiene una relación contractual con TGI y trabaja por alcanzar los objetivos de la Compañía.

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



Subgrupos o actores

Este grupo comprende:

1. Colaboradores Administrativos
2. Colaboradores de Campo (Distritos 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
10. Correos electrónicos
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 clima laboral
- Porcentaje de PQRS atendidas y resueltas
- Número de empleos creados
- Índice de rotación de personal
- Índice de ambiente laboral

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

Expectativas y percepciones acerca de:	Entrevista realizada a José Fernando Montoya y Tatyana Orozco
Percepción general	Ha mejorado mucho la fluidez, la pertinencia de la conversación estratégica Ven una organización que es una responsabilidad de su CEO ser la persona que cuida que haya una conversación estratégica: pertinente, oportuna. Considera que están muy satisfechos

4. Junta Directiva



Perfil

Máximo órgano de gobierno de TGI.

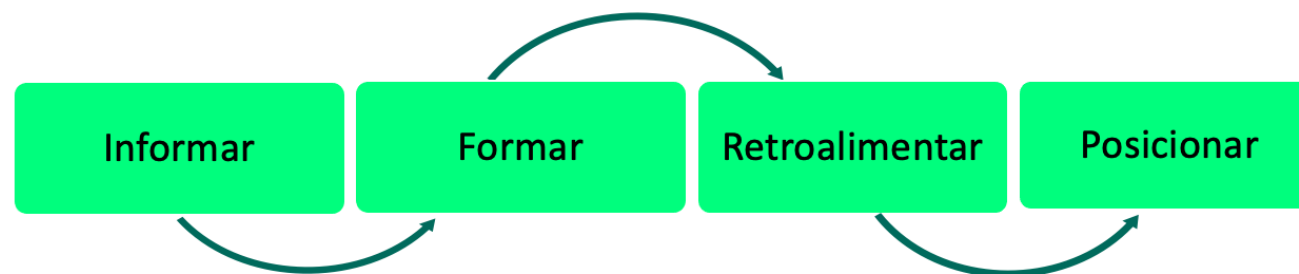
Objetivo de relacionamiento

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



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 externos para profundizar conocimiento
5. Informe de Gestión Sostenible
6. Intranet (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 es un riesgo
- 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 un SharePoint con altos estándares de seguridad.
- 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
- 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



5. Comunidades y actores en el territorio

Expectativas y percepciones acerca de:	Respuestas entregadas en el taller realizado con comunidades 12 asistentes
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none">- Teléfono- Virtual- Visitas
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none">- Emisora - Programa interesante- Llamadas y video llamadas
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none">- Avance de proyectos- Agroindustria

5. Comunidades y actores del territorio



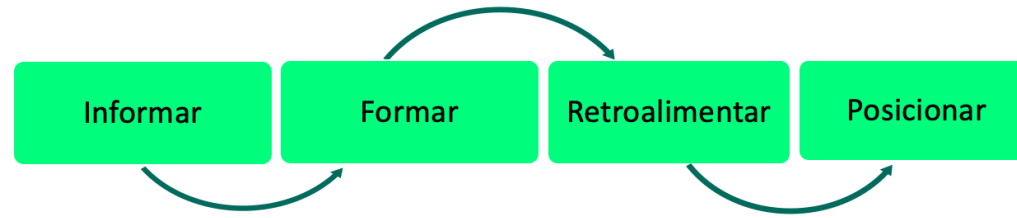
Perfil

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



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 (plegable)
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

Indicadores que miden el relacionamiento

- Porcentaje de satisfacción según encuesta a comunidades locales y beneficiarios de los programas
- 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

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.



6. Contratistas y proveedores

Expectativas y percepciones acerca de:	Encuestas recibidas de 57 contratistas y proveedores
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none">- Email
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none">- Email- A algunos les gustaría tener encuentros presenciales
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none">- Gestión del talento- Gestión de proveedores- Innovación y tecnología

6. Contratistas y Proveedores



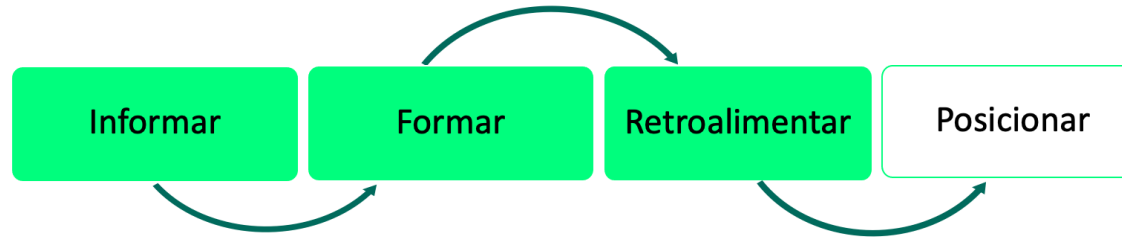
Perfil

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. Bolefín (piezas informativas de comunicación)
2. Correo electrónico exclusivo para proveedores
3. Encuestas
4. Evaluación de desempeño realizada por el interventor del contrato
5. Eventos dirigidos a proveedores en conjunto con el GEB
6. Aplicación web (registro de proveedores y gestión de procesos de contratación en SAP Ariba)
7. Informe de Gestión Sostenible
8. Línea de atención a proveedores
9. Línea Ética
10. Página web
11. Reuniones (presenciales y virtuales) de relacionamiento con potenciales proveedores
12. Visitas de evaluación

Frecuencia de relacionamiento

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

6. Contratistas y Proveedores

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

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

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

Expectativas y percepciones acerca de:	Alliance Bernstein Encuesta respondida por Patrick O'Connell
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="1294 489 1429 515">• Email
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="1294 655 1429 681">• Email
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="1294 821 1691 846">• Gobierno Corporativo

7. Inversionistas



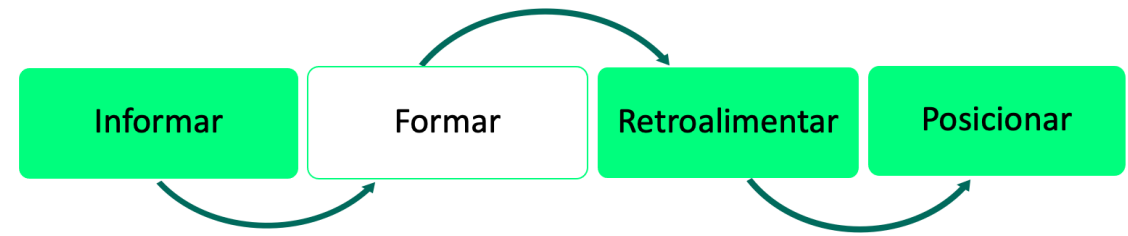
Perfil

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



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. Página web (publicación de Estados Financieros e Informes de Resultados)
6. Reuniones (presenciales y virtuales) de presentación de resultados

Frecuencia de relacionamiento

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

Temas y asuntos que les interesa

- Gobierno Corporativo
- Informe de la gestión de la sociedad anónima, comportamiento de la acción, logros y retos en materia financiera
- Marco regulatorio
- Sostenibilidad
- Temas financieros, comerciales y operativos
- Verificación y claridad en la entrega de la información

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

Expectativas y percepciones acerca de:	Respuesta a entrevista realizada a Yeimy Báez Vicepresidente de Gas - Ecopetrol
Percepción general	<ul style="list-style-type: none">• “La relación del día a día funciona muy bien”
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none">• Quisiera entender un poco más formal cuáles son los resultados de TGI, cuáles son los asuntos relevantes para su negocio.• Quiere saber cómo TGI se está alineando con las metas de descarbonización a nivel nacional.• Mostrar a los GI que el cambio climático realmente les interesa.• Quisiera ver a TGI muy protagonista en el territorio. No se puede seguir manejando la misma comunicación para todos, se requiere la diferenciación en los mensajes de acuerdo con el GI.• Quisiera que TGI le hablara a las comunidades acerca de lo que es GAS.• Conocer el negocio de TGI, qué hace y cómo lo hace.

8. Socios y aliados estratégicos



Perfil

Son aquellas organizaciones donde se abarcan las filiales, productores de gas, remitentes, generadores, inversionistas y competencia

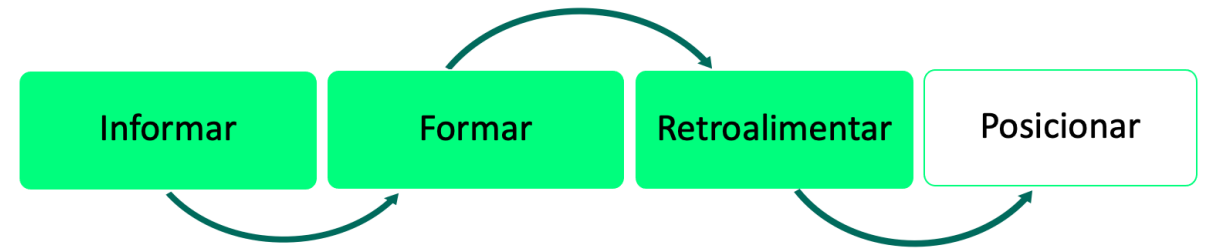
Objetivo de relacionamiento

Llevar a cabo un relacionamiento con los diferentes frentes de la estrategia de desarrollo 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

Ejes de relacionamiento



Subgrupos o actores

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Productores (HOCOL, SHELL) | 4. Remitentes Comercializadores |
| 2. Transportadores PROMIGAS, ENAGAS | 5. Inversionistas |
| 3. Distribuidores (VANTI) | 6. Generadores / energías |

Mecanismos de relacionamiento

- | | |
|--|---|
| 1. Acuerdos de confidencialidad | 7. Llamadas telefónicas |
| 2. Acuerdos bilaterales | 8. Reuniones (presenciales y virtuales) |
| 3. Correos electrónicos | 9. Talleres |
| 4. Eventos (afiliaciones y 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 |

Temas y asuntos que les interesa

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• 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 | <ul style="list-style-type: none">• 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 | <ul style="list-style-type: none">• 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

Expectativas y percepciones acerca de:	BNP Paribas Oficina de Representación Encuesta respondida por Andrea Puerto	Bancolombia SA Encuesta respondida por Fernando Medina Salgado	Moody's Investors Service Encuesta respondida por Adrián Garza	Bank of America Encuesta respondida por Peter Bowley
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de Relaciones con Inversionistas • Correo electrónico • Llamadas telefónicas / videoconferencia
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio del equipo de relaciones con inversionistas • Correo electrónico • Llamadas telefónicas • Videoconferencia
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de inversión • Estrategia corporativa • Nuevos proyectos y tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> • Impactos sostenibles tanto en lo ambiental, social como en lo económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de riesgos ambientales, sociales y de gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> • Una mayor divulgación / información sobre innovación y eficiencia operativa sería excelente en el futuro

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.

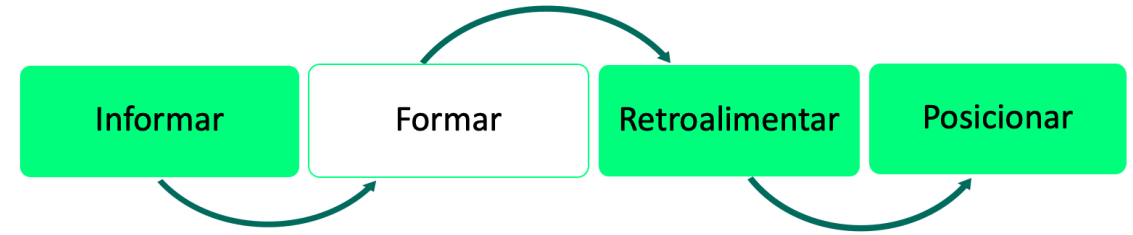
Objetivo de relacionamiento

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



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
- Rating crediticio de TGI
- Número de bancos con los que TGI tiene relación

9. Entidades financieras y calificadoras de riesgo

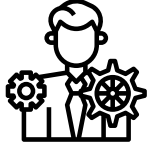
Riesgos y controles en la relación con este grupo de interés

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

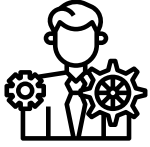
- Análisis y verificación de la pertinencia y de la estrategia frente a la entrega de información
- Verificación y claridad en la entrega de la información
- Contar con acuerdos de confidencialidad y verificar la información que se publica.



10. Accionistas

Expectativas y percepciones acerca de:	Respuesta a entrevista realizada a Juan Ricardo Ortega Presidente del GEB	Encuesta realizada a Andrés Escobar Presidente de Junta Directiva del GEB
Percepción general	<ul style="list-style-type: none">• La comunicación es muy fluida• En términos de comunicación no hay diferencia entre GEB y TGI• Es muy fuerte el trabajo en equipo y la confianza de los dos equipos de trabajo es altísima• "Quiero continuar con la misma relación fluida, frecuente y de confianza"	NA
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	<ul style="list-style-type: none">• "Hablo con Mónica Contreras, presidente de TGI 2 a 3 veces por semana"	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones de la junta• Medios de comunicación
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	<ul style="list-style-type: none">• Por los mismos canales que los que manejamos actualmente.	Presentación anual de cúpula de TGI a la junta del GEB sobre la situación de la compañía
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	"TGI tiene 48 clientes varios de esos son de papel, quisiera conocer cuáles son abusivos y extorsivos, y los que son clientes de verdad saber a cuáles les genera valor. Está pendiente la tarea de "limpiar la casa" en contratistas y en clientes. Me gustaría meterme más y saber más, aunque sé que son temas muy sensibles. Quisiera conocer sobre los líos en la parte de contratación y clientes que en algún momento habrá que abordar."	Cumplimiento metas plan estratégico

10. Accionistas



Perfil

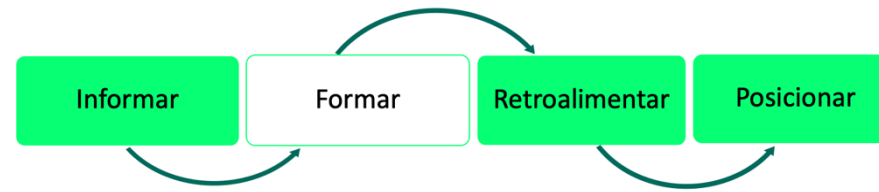
Son aquellas personas (naturales y/o jurídicas) que tienen propiedad de TGI. (Ej GEB)

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 de manera anual

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



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

Expectativas y percepciones acerca de:	Entrevista con Andrés Sarmiento Presidente encargado de Naturgas	Entrevista con Camilo Sánchez y Katherine Simacas ANDESCO	Encuesta respondida por Bruce Mac Master presidente de ANDI
¿Por cuáles canales TGI le comunica actualmente?	TGI es bastante activo y participativo en la Junta Directiva de Naturgas, por medio de asistencia permanente a las Juntas, sobre todo de Mónica Contreras. Hay comunicación permanente entre Naturgas y TGI, telefónicamente, correos y Junta.	Actualmente los presidentes participan en la junta directiva de ANDESCO Reuniones de junta directiva	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones• Correo electrónico
¿Por cuáles canales quisiera que TGI le siguiera comunicando?	Por los mismos que utilizan actualmente	No indica	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones• Correo electrónico
De cuáles temas quisiera conocer periódicamente información por parte de TGI	Visibilizar la importancia del Gas Natural dentro del Grupo de cara a la administración.	No indica	<ul style="list-style-type: none">• Territorios• Ambiental• Social

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

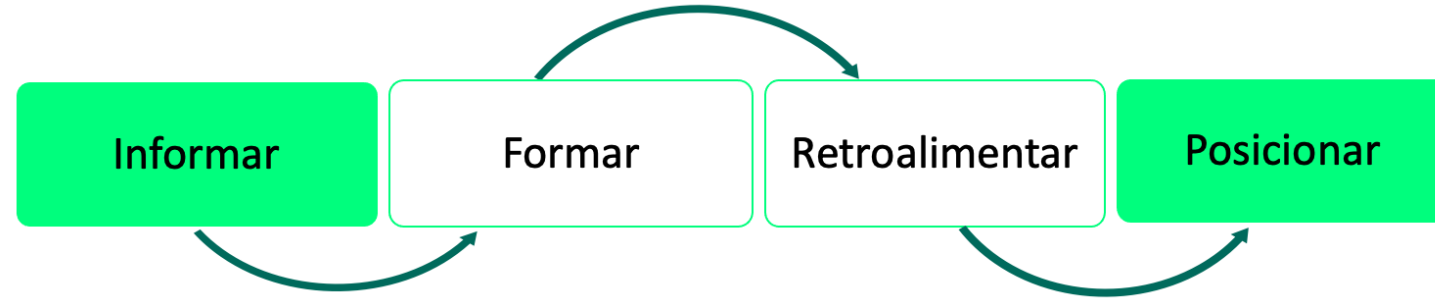
Objetivo de relacionamiento

- Posicionar al Gas natural como energético indispensable en la Transición energética, resaltando sus atributos para la competitividad y ambición climática.
- 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 en el sector
- Equidad y diversidad
- Gestión dentro del territorio
- Gestión social
- Gobierno corporativo
- Regulación
- Servicios públicos
- Tendencias de demanda

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



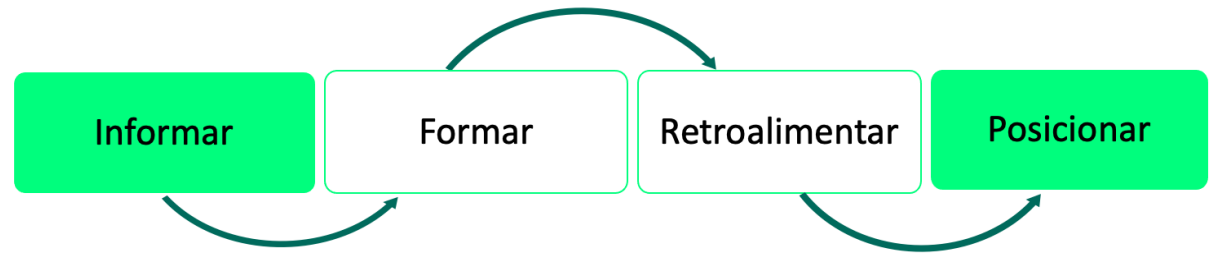
Perfil

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.

Ejes de relacionamiento



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

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



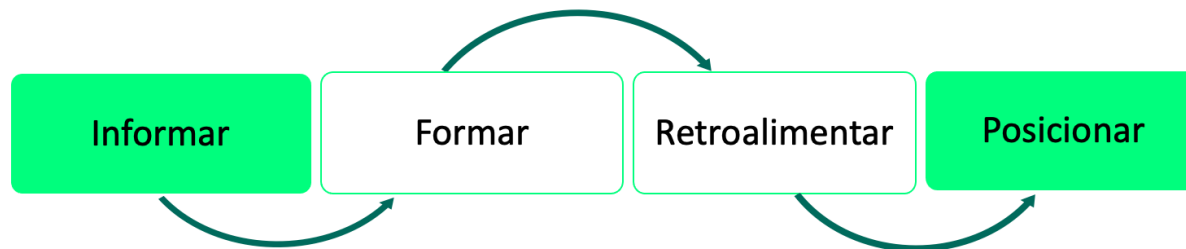
Perfil

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.

4

COMUNICAR LOS RESULTADOS

- ¿Cómo podemos comunicar los resultados del relacionamiento con nuestros gi?

¿Cómo podemos comunicar los resultados del relacionamiento con los GI?

Como resultado del relacionamiento con nuestros grupos de interés, es importante que podamos consolidar y compartir los principales resultados del relacionamiento, acuerdos logrados, brechas, buenas prácticas o lecciones aprendidas.



Sitio de internet interactivo

- Dedicado a difundir lecciones aprendidas. También se pueden utilizar boletines que se entregan virtualmente a todos los grupos de interés, equipos audiovisuales dentro de las oficinas o fuera de estas, redes sociales con información específica del relacionamiento.



Conferencias e informes a diversos GI

- Boletines de noticias, discursos y presentaciones en conferencias, boletines de prensa, Informe de Gestión Sostenible, en donde se presenten los principales resultados del relacionamiento.



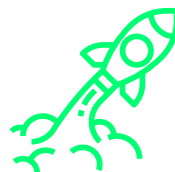
Conferencias internas y *road shows*

- Donde los líderes de las áreas se reúnen, bien sea con sus propias áreas u otras áreas, para compartir los principales resultados y las mejores prácticas del relacionamiento.



Procesos de inducción/módulos de formación

- Incluir dentro de las capacitaciones de las personas que tendrán a cargo relacionamiento con los grupos de interés, temas relacionados con los resultados relevantes de los relacionamientos y lecciones aprendidas.



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 en cargadas de relacionamiento con GI

