

Premios Eikon 2024

Presentación de caso

Categoría de inscripción:

Categoría 8 “Issues Management”

Título del plan:

Prevención de daños, un asunto de todos

Compañía:

TGN – Transportadora Gas del Norte SA

Departamentos responsables del plan:

Prevención de Daños + Asuntos Públicos de TGN

Persona responsable de la presentación:

Adriana Shimabukuro – Jefa de Comunicaciones Externas y RRII de TGN

1) INTRODUCCIÓN

TGN es una compañía líder en el transporte de gas a alta presión. Operamos y mantenemos la **red de gasoductos más extensa de Argentina**, conectando las cuencas Neuquina, Noroeste y Boliviana con 8 de las 9 distribuidoras del país. Transportamos el 40% del gas inyectado en gasoductos troncales argentinos, lo que equivale al 20% de la matriz energética.

Trabajamos cada día para llevar la energía de la transición más lejos y a más personas, brindando un servicio seguro y confiable, en todas y cada una de nuestras instalaciones, entre ellas, los gasoductos. Éstos conforman una red de más de **11.100 km** que recorren **17 provincias**, y presentan, en cuanto a seguridad operativa, una complejidad a medida de este alcance. De hecho, nuestro sistema atraviesa **184 poblaciones, 3.362 campos privados y 48 industrias**.

En este escenario, los **daños ocasionados por terceros**¹ representan una de las principales amenazas al sistema. Así, la población cumple un rol clave en preservar la seguridad del servicio, dimensión abordada en el marco regulatorio de nuestra actividad. La N.A.G.-100² establece que “todo operador de cañería enterrada realizará un **programa escrito para prevenir daños** a esa cañería provenientes de actividades de excavación”. Acorde a la norma, los dos pilares de un programa de prevención de daños son un plan de comunicación³ y la gestión de interferencias⁴.

En TGN, abordamos estos compromisos con un programa que combina esfuerzos técnicos y operativos con gestión de asuntos públicos y comunicacionales: el Programa de Prevención de Daños de TGN. Su propósito es **generar conciencia en la población y lograr su compromiso** con los recaudos y las medidas a adoptar en la zona de seguridad⁵ de los gasoductos.

¹ Son producto de excavaciones, tránsito con máquinas pesadas, plantaciones de árboles, incendios, emplazamiento de estructuras fijas, que propietarios, empresas, contratistas y vecinos realizan sin supervisión en la zona de seguridad de los gasoductos.

² “Normas argentinas mínimas de seguridad para el transporte y distribución de gas natural y otros gases por cañerías”.

³ Notificación y difusión de información a personas relacionadas a actividades de excavación en el área de los gasoductos y público en general dentro de la traza.

⁴ Supervisión de trabajos de terceros en la zona de seguridad.

⁵ Zona comprendida dentro de los 30 m existentes a cada lado del eje longitudinal del gasoducto.

Ahora bien: durante 2023, año eleccionario⁶, decidimos **intensificar las acciones preventivas** e implementar un plan de asuntos públicos que nos permitiese conectar de manera efectiva con los públicos relevantes. Nos propusimos no sólo mantener nuestra tasa de incidentes a causa de terceros bajo control, sino, incluso, **reducirla**.

2) ENUNCIADO DE CAMPAÑA

Objetivo general

Comprometer a las poblaciones lindantes a nuestros gasoductos con las medidas de prevención, a fin de evitar potenciales incidentes que pongan en riesgo a las personas, el medio ambiente, la integridad de las instalaciones y la disponibilidad del servicio.

Objetivos específicos

- Generar conciencia pública sobre el riesgo originado por actividades de terceros alrededor de los gasoductos.
- Construir vínculos de cercanía y mutua cooperación con la población de las comunidades.
- Entablar alianzas con actores sociales clave para nuestro propósito y gestionar eficazmente todo tipo de incidente.

Estrategias

- Segmentación de públicos y definición de herramientas y mensajes según su criticidad.
- Desarrollo de una identidad de marca para las acciones más relevantes.
- Discurso cercano y empático (vínculo horizontal, no vertical): “Queremos cuidarte. Ayúdanos a prevenir”; “Tu seguridad está primero”.

Cronograma

Si bien el Programa continúa vigente, el caso describe las acciones implementadas desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2023, y los resultados obtenidos a partir de dicho período.

Públicos, campañas y herramientas

Para el diseño del plan, identificamos a los públicos relevantes, que incluye a aquellas personas y organizaciones que habiten, realicen o puedan realizar tareas en la traza de

⁶ En estas fechas aumenta la obra pública y, por ende, existe mayor riesgo de daños de terceros.

nuestros gasoductos y cercanías. Para cada segmento, definimos mensajes, canales y acciones que nos permitieran conectar de manera efectiva.

Destinatarios de (+) a (-) criticidad	Campañas, herramientas y canales								
	De Comunicación				De Educación		De Eventos		De Visitas
	Web y RRSS	Newsletter	Radios locales	Gestión de prensa	Programas en escuelas (presencial)	Capacitación/ charlas	Eventos locales	Eventos de la industria	Preventivistas
Empresas que realizan excavaciones	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Propietarios afectados por el paso de gasoductos		✓	✓				✓		✓
Residentes asentados en cercanías		✓	✓		✓		✓		✓
Organismos oficiales de emergencia		✓	✓	✓		✓			✓
Organismos públicos locales				✓		✓			✓
Industria en general						✓		✓	
Todos / público en general	✓			✓			✓	✓	

Mensajes a transmitir

A todos los destinatarios:

- Que TGN desarrolla sus actividades dentro del marco regulatorio vigente para garantizar una operación segura y confiable.
- Que la principal amenaza son las actividades realizadas por terceros sin supervisión.
- Que TGN implementa un programa de Prevención de Daños para evitar que terceros produzcan contactos con las cañerías enterradas.
- Que todas las personas que habitan, transitan o trabajan en las inmediaciones de los gasoductos cumplen un rol importante en su cuidado.
- Que transitar con maquinaria pesada, emplazar estructuras fijas, plantar árboles o encender fuego en la zona de seguridad de los gasoductos son acciones que ponen en peligro la seguridad del servicio y el bienestar de las personas.
- Que se debe avisar / solicitar autorización a TGN antes de iniciar obras o cualquier actividad en la zona de seguridad.
- Que TGN pone a disposición distintas líneas y canales gratuitos de comunicación.

A empresas que realizan excavaciones / propietarios afectados por el paso del gasoducto:

- Que quienes deseen efectuar trabajos de excavación, de movimiento de suelos y/o construcciones en dicha zona, respetarán las pautas establecidas.
- Que TGN dispone de un proceso de obras de terceros para que las personas puedan concretar sus proyectos y obras sin ocasionar incidentes.

A residentes asentados en las cercanías de los gasoductos:

- Que los gasoductos son muy importantes en nuestra vida cotidiana y representan una infraestructura vital para la economía, seguridad y calidad de vida en nuestro país.
- Que deben contactarnos en caso de advertir alguna irregularidad en la zona de seguridad.

A organismos oficiales de emergencia / organismos públicos locales:

- Que nuestras actividades de cuidado de las instalaciones se complementan con planes para responder a situaciones que pudieran derivar de una fuga de gas, producto de un incidente.
- Que estos planes pretenden asegurar el área involucrada, mitigar consecuencias e incluyen la participación de los servicios de emergencia locales.
- Que la colaboración de los organismos públicos y de emergencia de los municipios en el trabajo de concientización es clave para la seguridad.

Al sector Oil&Gas / público en general;

- Que TGN impulsa un programa de Prevención de Daños modelo en la industria, con iniciativas que buscan informar y concientizar a todos los actores.
- Que incluye también la señalización adecuada, colocación de protecciones y monitoreo permanente de las instalaciones.

3) DESARROLLO DEL PLAN

Campaña de Comunicación

- Difundimos con 2 spots los mensajes clave de prevención en **radios locales** de cada comunidad de la traza.
- Renovamos la sección Prevención de Daños en el **sitio web**, con 5 páginas de contenido, información, videos, manuales y guías para diferentes públicos.
- Compartimos información sobre campañas, talleres, y eventos en nuestras RRSS: **Facebook, Instagram, X y LinkedIn.**

- Comunicamos en **diarios digitales** locales a través de anuncios de display.
- Con frecuencia cuatrimestral, enviamos un **newsletter** vía correo electrónico a todos los contactos de nuestra base de datos de destinatarios del programa.
- Implementamos una **gestión de prensa** con foco en las capacitaciones y la difusión del programa Juntos (talleres de prevención de daños en escuelas), sus objetivos y concursos.

Como parte del plan de comunicación, se elaboraron **7 videos, 2 manuales y 5 folletos.**

Campaña de educación

- En el marco de Juntos, organizamos **talleres en escuelas** llevando un mensaje de prevención a las comunidades educativas y, por ende, también a las familias.
- Brindamos **charlas de capacitación y concientización** a organismos públicos locales, de emergencia y empresas que residen cerca de nuestros gasoductos.

Campaña de eventos

- En el IAPG⁷ presidimos la subcomisión de Prevención de daños y la comisión de Señalización de ductos enterrados; y somos instructores en el curso “Integridad de ductos: PDD por terceros”.
- Impulsamos y lideramos el grupo de PDD y gestión de interferencias en el IAPG Comahue.
- Brindamos capacitación y asesoría a empresas.
- Participamos de eventos que nos brindan la oportunidad de llegar a públicos relevantes: fiestas provinciales, expos rurales, jornadas empresariales, etc.

Campaña de visitas

Cada año el equipo técnico de Prevención de daños realiza un relevamiento de terceros con potencial de afectar nuestras instalaciones y genera visitas puerta a puerta, allí nuestros prevencionistas conversan con las personas, entregan información y materiales de prevención.

⁷ Instituto Argentino del Petróleo y del Gas

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

a. Campaña de comunicación

Spots radiales

Se transmitieron en 60 radios de 56 localidades en 14 provincias.

Promedio de avisos por día, todas las emisoras: +340.

Respecto de 2022, duplicamos la cantidad máxima de avisos diarios por radio: 16 en 2023 vs. 8 en 2022.

RRSS

Se presenta la performance de la campaña, en comparación a la registrada en el período 2022.

	LINKEDIN		FACEBOOK		TWITTER		INSTAGRAM		TOTAL		DIFERENCIA 2022/2023
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	
Impresiones	39.269	101.007	11590	20.026	83	2.629	-	10.342	50.942	134.004	+163%
Interacciones	1.958	5.176	306	423	19	73	-	885	2.283	6.557	+187%
Tasa de interacción	5%	5%	3%	2%	23%	3%	-	9%	4%	5%	
Posteos	10	28	10	26	6	21		28	26	103	+296%

Al respecto destacamos que:

- En cuanto al crecimiento, las impresiones, interacciones y cantidad de posteos aumentaron considerablemente en todas las RRSS, lo cual indica una evolución y un mayor alcance de la campaña en 2023.
- En cuanto a la efectividad, ésta tuvo un impacto positivo, incrementando notablemente la visibilidad (impresiones, **+163%**) y la participación (interacciones, **+187%**) en todas las plataformas.

Newsletters

Se enviaron 4 ediciones, con frecuencia trimestral, a **860 destinatarios**.

Repercusiones de prensa: 15

b. Campaña de educación

En el marco de Juntos, visitamos 59 escuelas de 11 provincias, llegando con el mensaje de prevención a **2.639 alumnos y alumnas** (140 más que en 2022) y **174 docentes**.

Brindamos charlas y talleres a 52 organizaciones de 13 provincias, alcanzando a un total de **1.148 personas** (vs. 725 en 2022, que supone un crecimiento de **37%** en el alcance).

c. Campañas de eventos y visitas

Estuvimos presentes en 15 ferias, incorporando **812 nuevos contactos** a nuestra base de prevención, lo que representa un **34% de crecimiento** sobre el año anterior (535 en 2022). Realizamos **1.020 visitas** puerta a puerta.

Beneficios

Respecto al 2022, en 2023:

- **Se disminuyó un 6%** la tasa de incidentes de terceros.
- **Se disminuyó a la mitad** los incidentes de terceros graves (con golpe al caño).
- **Se incrementó un 13% las consultas** por interferencias.

Estos resultados evidencian el éxito de la campaña 2023, pero también el trabajo de años anteriores. Como todo proceso de cambio cultural, el impacto de los esfuerzos se verifica a corto, mediano y largo plazo. Por eso, destacamos el valor del programa Juntos que lleva 7 años en actividad y que, en algunas ediciones, se refuerza con el “Concurso de Dibujos Juntos”. En esta iniciativa, niños y niñas de escuelas de la traza representan las medidas de prevención a través de dibujos, con la ayuda de sus familias. En la última edición (2022), **recibimos más de 1.000 obras**. Por su parte, en 2021, tuvo lugar el concurso de cortos “Luz, Cámara, Prevención”, destinado a estudiantes del nivel secundario.

El Programa de Prevención de Daños TGN, incluyendo todos los esfuerzos de asuntos públicos y comunicación presentados en el caso, continúa en vigencia y en permanente mejora continua.