



Deloitte.

Esta presentación es de uso exclusivo e interno de TGS y no debe ser utilizada o referenciada por cualquier otra persona o entidad. Ninguna otra persona o entidad tiene derecho a usar, de ninguna manera, o para cualquier propósito, esta presentación.

Informe de recomendaciones Posicionamiento de marca y plan de difusión ASG

Transportadora de Gas del Sur S.A.
Febrero 2024



Contenido

1

Introducción

2

Casos de éxito

3

Plan de posicionamiento de marca de TGS

4

Recomendaciones generales al plan de difusión ASG





Introducción

Introducción

Plan de comunicación

Entendimiento general:

Deloitte ha relevado el documento llamado “*Posicionamiento de marca*” cuyo objetivo es: Posicionar a tgs como:
“Una compañía de energía que brinda servicios integrados en toda la cadena de valor de la industria Oil & Gas”
“Una compañía sustentable comprometida con el triple impacto: social, ambiental y de gobierno corporativo”.

Importancia de comunicar temas ASG

- La comunicación transparente sobre las prácticas de sostenibilidad demuestra la responsabilidad de la empresa hacia sus partes interesadas.
- Comunicar las iniciativas y logros ASG ayuda a cumplir las expectativas de estas partes interesadas y a alinear la empresa con valores compartidos.
- Comunicar temas ASG y los compromisos puede atraer a clientes que valoran la responsabilidad social y ambiental, brindando a la empresa una ventaja competitiva.
- Comunicar los esfuerzos ASG no solo demuestra la capacidad de la empresa para adaptarse, mejorar procesos y reducir costos a través de prácticas más sostenibles.
- La comunicación sobre sostenibilidad también implica informar sobre la gestión de riesgos climáticos y otros factores externos. Además, ayuda a identificar oportunidades de negocio asociadas con soluciones sostenibles.





Casos de éxito

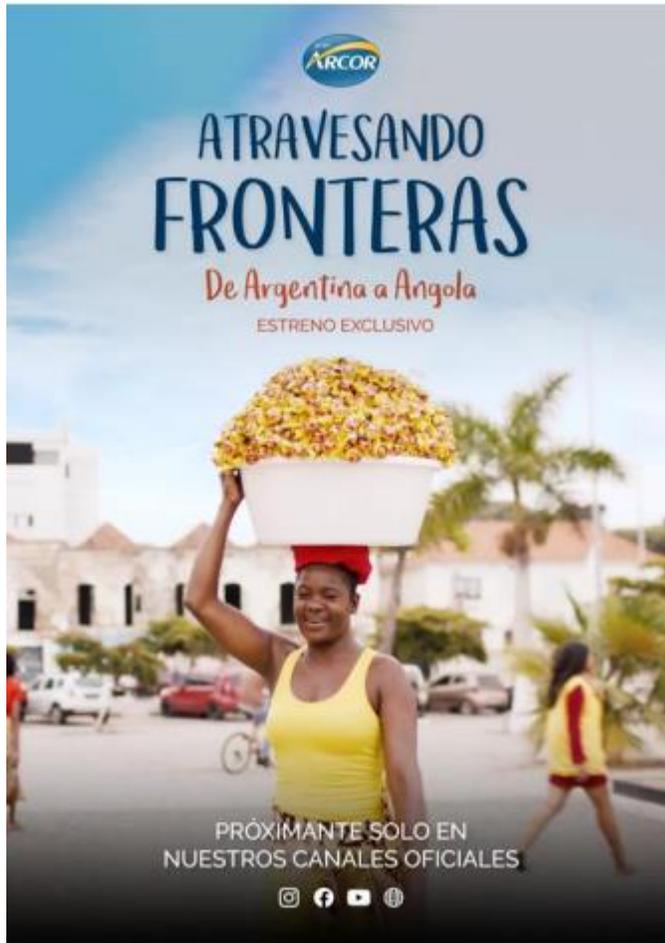
Casos de éxito

Los Premios EIKON constituyen el primer premio argentino al trabajo que hacen comunicadores y comunicólogos, relacionistas públicos, periodistas, publicitarios, lobistas y organizadores de eventos.



Primer puesto: Grupo Arcor

Categoría Campaña General de Comunicación Institucional



Atravesando fronteras: de Argentina a Angola

Atravesando fronteras es una pieza que narra cómo Arcor desembarcó en África con su primera planta productiva, mediante un formato propio de la industria cinematográfica: un corto documental, y con una campaña de comunicación a medida.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia): Para dar a conocer esta novedad Arcor realizó un evento de inauguración en Angola, comunicó la novedad en sus canales digitales y realizaron gestión de prensa en el país africano y en Argentina.

Ítems clave:

- Arcor inauguró la mayor fábrica de chocolates, golosinas y galletas de Angola.
- Presentamos un corto documental que pone en el centro a las personas y cuenta cómo llegamos a África en la voz de los protagonistas de esta historia.
- Arcor es un grupo multinacional líder presente en más de 100 países, que recientemente abrió las puertas de su primera planta productiva en Angola, África.

Público: dirigido a los públicos internos y externos. Prepararon comunicaciones para: colaboradores/as, líderes de opinión, periodistas y consumidores;

Fuente:
[index.php \(premioeikon.com\)](https://www.premioseikon.com/index.php)



Casos de éxito

Los Premios EIKON constituyen el primer premio argentino al trabajo que hacen comunicadores y comunicólogos, relacionistas públicos, periodistas, publicitarios, lobistas y organizadores de eventos.

Primer puesto: PAE

Categoría Campaña general de sustentabilidad



**Pan American
ENERGY**

Aniversario PAE – 25 años con la comunidad

Con motivo de su 25° aniversario, y en sintonía con su propósito de contribuir con la sociedad, PAE trabajó en un plan para realizar aportes significativos en salud y educación para mejorar la calidad de vida de las comunidades de Chubut, Santa Cruz, Neuquén y Salta.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia): La estrategia buscó destacar, bajo el claim Una historia con mucha energía, la contribución social de PAE y su rol en la historia de las comunidades donde opera.

Ítems clave:

Se dividió en tres etapas de comunicación que se activaron progresivamente en cada provincia:

- Lanzamiento de la campaña aniversario y la presentación del concepto de los 25 años de PAE enfocándose en el acompañamiento a las comunidades. Creación de key visuals que se publicaron en redes sociales y medios gráficos.
- Comunicación de las cifras que demostraron el impacto de las acciones de sustentabilidad de PAE en los últimos 25 años bajo ejes estratégicos.
- Presentación de los aportes en los eventos de inauguración en el marco de la celebración y difusión de notas de prensa por cada acción a medios de las localidades impactadas. También colocaron avisos y banners publicitarios en diarios, revistas y portales de noticias.

Público: Comunidades de Chubut, Santa Cruz, Neuquén y Salta / Gobiernos provinciales / Medios de comunicación y líderes de opinión / Industria de la energía y otras compañías del sector / Representantes y colaboradores de PAE / Público general.

Fuente: [index.php \(premiouseikon.com\)](http://index.php (premiouseikon.com))



Plan de posicionamiento de marca de TGS

Posicionamiento de marca de TGS

“Tenemos que demostrar y convencer que invertimos, que crecemos, que nos comprometemos, que cumplimos, y que generamos oportunidades para el continuo desarrollo de un sector clave para el país”.

(Tomado del documento posicionamiento de Marca de TGS)

Aclaraciones

- ❖ El presente informe de recomendaciones generales al plan de posicionamiento de marca de TGS y está enfocado a los diferentes actores del mapa comunicacional definido por la compañía.
- ❖ Los objetivos y estrategias fueron tomados del documento *posicionamiento de marca* de TGS.
- ❖ Las expectativas de los grupos de interés y canal de comunicación fueron tomadas del *Reporte ESG 2022* de TGS *pg 50*.
- ❖ Se sugiere por parte de Deloitte algunos inputs para fortalecer la difusión dentro de la compañía (marcados en gris).
- ❖ Las acciones por realizar fueron tomadas del mismo documento guía y la estructuración de la información de cada actividad fue propuesta por Deloitte.
- ❖ Se invita a realizar los ajustes necesarios para la viabilidad de la implementación de las acciones en el marco del contexto de la compañía.
- ❖ Se invita a definir en cada plan según los grupos de interés el plazo para ejecutar la acción y el seguimiento, según sea el caso.

Nota: TGS debe evaluar la calidad e integridad de la información a comunicar, esto de cara en evitar malas prácticas y caer en greenwashing.



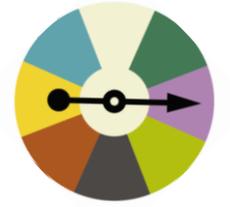
Posicionamiento de marca de TGS

Grupos de interés



*Tomado del documento posicionamiento de Marca de TGS

A continuación, se listan las recomendaciones generales por grupo de interés:





Recomendaciones generales al plan de difusión ASG de TGS

Colaboradores

Todas las actividades de los colaboradores contribuyen al desempeño ASG de TGS.

Acciones a realizar



Objetivos

- Continuar el posicionamiento del sueño y del storytelling dentro del mindset de nuestros colaboradores.
- Desarrollo de Marca empleadora.



Estrategias

- Encuesta a todos los colaboradores para sentar una base.
- Desarrollo de un plan particular a partir de resultados encuesta.



Expectativa del grupo de interés:

- Ámbito seguro de trabajo
- Cobertura de salud eficaz / Proyección de carrera



Canal de comunicación:

Sitio de Internet y red social corporativa / Edición de una revista de carácter institucional en formato digital / Visita periódica del Director General, el Comité de Dirección y los gerentes a los colaboradores.

Elaboración de un SharePoint, reservorio de información ASG

- **Seguimiento (KPIs):** # de indicadores con procedimientos asignados / # de indicadores totales a reportar en el reporte ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** todas las áreas que brindan información para la construcción del reporte ASG.
- **Responsable:** área Información Corporativa
- **Canales de comunicación:** mail

Charlas y curso de sostenibilidad en campus

- **Seguimiento (KPIs):** # de asistentes, y # de charlas/cursos dados.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de relaciones institucionales, Información Corporativa.
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** mail

Difusión de tema ASG en recorridas de Directores y Gerentes.

- **Seguimiento (KPIs):** # de asistentes # de charlas
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de institucionales,
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** mail

Charla abierta de Sustenia para todos los colaboradores.

- **Seguimiento (KPIs):** # de asistentes / # total de colaboradores
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** todas las áreas que brindan información para la construcción del reporte ASG.
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** mail

Recomendaciones Deloitte:

- Seguir fortaleciendo los temas de difusión ASG dentro de los colaboradores de la compañía empezando por la alta dirección.
- Promover e incentivar en los colaboradores mediante comunicación frecuente que incentiven la eficiencia en la gestión ASG de la compañía, por ejemplo: vincular un mes con un tema material e internamente difundir acciones, targets y compromisos de TGS frente al mismo.
- Realizar esporádicamente encuestas / trivias sobre la gestión ASG de la compañía con una recompensa asociada a la mejor respuesta.
- Difundir internamente como TGS está afrontando los nuevos desafíos ASG buscando el mayor grado en engagement dentro de los colaboradores.



Clientes

Cada mensaje que se da es una oportunidad para fortalecer la confianza y la lealtad de los clientes.



Objetivos

- Continuar el posicionamiento de TGS y sus servicios ante clientes actuales y potenciales.

Estrategias

- Plan de Comunicación y Marketing: Trabajo en conjunto con DN para dar cumplimiento a sus objetivos y necesidades.
- Acciones generales de posicionamiento, acciones de comunicación particular para cada negocio, desarrollo de presentaciones comerciales, acciones puntuales con clientes, calendario de eventos.



Expectativa del grupo de interés:

- Recepción del servicio con calidad a un precio justo / Alternativas de servicio / Suministro estable y seguro / Provisión de servicio confiable / Soporte técnico en emergencias / Cumplimiento de estándares de calidad de servicio / Comunicación ágil y fluida por sistema SPAC / Atención a consultas. Capacitación disponible para nuevos clientes.



Canal de comunicación:

- Estudios de opinión

Recomendaciones Deloitte:

- Relevar las expectativas de los clientes en temática ASG (tomar resultados de previos análisis de materialidad) y en línea a las mismas, definir acciones de comunicación.
- Organizar eventos exclusivos para clientes estratégicos, donde puedan conocer la empresa y exponer la gestión ASG de la compañía.
- Ofrecer seminarios en línea que los clientes puedan unirse cómodamente desde cualquier lugar para aprender sobre temas ASG y los productos o servicios contribuyen a ella.
- Realizar alianzas con clientes para maximizar el alcance de los actuales proyectos de relacionamiento comunitario y ambientales que adelanta TGS, con el propósito de ampliar el impacto esperado.

Acciones a realizar



Difundir reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** Cantidad de clientes a quienes se les comunicó el reporte ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área Información Corporativa
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** Mail, página Web.

Difusión temas ASG redes sociales

- **Seguimiento (KPIs):** # de redes sociales usadas. # de publicaciones mensuales sobre temas ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área Información Corporativa
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** Redes sociales.



Medios de comunicación

La importancia de los medios de comunicación radica en su capacidad para dar forma a la percepción colectiva e influir en la toma de decisiones.

Acciones a realizar



Objetivos

- Posicionar a tgs como: “Una compañía de energía que brinda servicios integrados en la industria Oil & Gas” y “Una compañía involucrada con el ambiente y la comunidad donde está presente”.
- Continuar fortaleciendo el vínculo de tgs con medios y periodistas.



Estrategias

- Comunicaciones institucionales (ASG) y de negocio.
- Contenidos de forma: columnas de opinión y posicionamiento ante determinados temas.



Expectativa del grupo de interés:

- Obtención de información sobre la evolución y la gestión de la compañía / Transparencia y comunicación / Pauta publicitaria / Canales de comunicación fluidos.



Canal de comunicación:

- Voceros autorizados e información en línea.



Comunicados de prensa

- **Seguimiento (KPIs):** # de comunicados realizados en el año fiscal.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** todas las áreas que brindan información para la construcción del reporte ASG.
- **Responsable:** área Información Corporativa.
- **Canales de comunicación:** A definir

Participar o patrocinar eventos de sostenibilidad

- **Seguimiento (KPIs):** # de eventos en los que participaron en el último año fiscal
de eventos patrocinados en el último año fiscal
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de relaciones institucionales, área ambiental.
- **Responsable:** área de comunicaciones
- **Canales de comunicación:** página web y redes sociales

Producción de contenido multimedia

- Seguimiento (KPIs):** a definir
- Plazos:** a definir
- Aliados estratégicos:** área de institucionales
- Responsable:** área de comunicaciones
- Canales de comunicación:** página web y redes sociales

Recomendaciones Deloitte:

- Enviar regularmente comunicados de prensa a los medios de comunicación sobre noticias relevantes, como nuevos proyectos, avances tecnológicos, reconocimientos o premios recibidos por la empresa, entre otros.
- Promover eventos podrían incluir conferencias de prensa, almuerzos informativos o visitas guiadas a las instalaciones de la empresa, fomentando transparencia y comunicación constante en temática ASG.
- Realizar esporádicamente encuestas / estudios de opinión sobre la gestión ASG de la compañía y publicar estos resultados, incluyendo percepción de la comunidad local.
- Continuar participando en eventos de difusión ASG, talleres de formación, premios y certificaciones relacionadas con el fin de aumentar la difusión de la gestión ASG de TGS.



Organismos gubernamentales

La comunicación abierta entre empresa y organismos gubernamentales demuestra el compromiso con el cumplimiento normativo y la contribución al bienestar de la sociedad.



Objetivos

- Posicionar a tgs ante las nuevas autoridades gubernamentales de Nación y Provincias de interés.



Estrategias

- Plan de Relacionamiento anual de nuevas autoridades.



Expectativa del grupo de interés:

- Contribución al desarrollo de la sociedad / Cumplimiento de prestación del servicio / Inversiones en la mejora para la prestación del servicio / Pago de impuestos, tasas, multas, etc. / Desempeño ambiental / Baja conflictividad con la comunidad / Generación de inversiones para el mejoramiento del servicio / Buena atención de reclamos y quejas / Fomento de prácticas de uso racional del gas / Eficaz atención ante emergencias.



Canal de comunicación:

- Distintos tipos de comunicaciones y reuniones de trabajo, tanto con organismos del Gobierno Nacional (como ENARGAS y la Secretaria de Energía) como con los gobiernos provinciales y municipales.

Acciones a realizar

Difundir reporte ASG

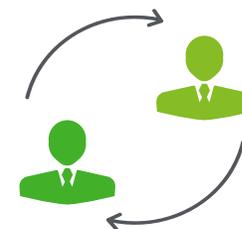
- **Seguimiento (KPIs):** Cantidad de organismos gubernamentales a quienes se les envió el reporte.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:**
- **Responsable:** área Relaciones Institucionales
- **Canales de comunicación:** Mail

Participación en consultas públicas y mesas de dialogo convocadas por organismos gubernamentales

- **Seguimiento (KPIs):** # de eventos en el que participaron en el último año fiscal
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área legal
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** mail, página web de los organismos.

Recomendaciones Deloitte:

- Resaltar la contribución de la empresa al desarrollo socioeconómico y la seguridad energética del país, mediante la participación de eventos organizados por organismos públicos nacionales y en las provincias donde TGS tiene presencia.
- Identificar los organismos gubernamentales relevantes para la industria del gas en Argentina, como el Ministerio de Energía, Ministerio de Ambiente, Secretaría de Energía, y otras entidades regulatorias y de control, relevando sus acciones en temática ASG buscando sinergia, inclusión en programas públicos y de consulta al sector privado.
- Participar en programas de colaboración público-privada que promuevan el desarrollo sostenible y la innovación tecnológica.
- Participación en procesos de consulta pública en proyectos de ley propuestos por el gobierno, exponiendo el papel del Gas Natural en la transición energética del país, ejemplo: NDC.



Comunidad (incluye ONG's, bomberos y fuerzas de seguridad, vecinos, pueblos originarios y comunidad en general)

La información compartida con la comunidad es un acto de responsabilidad social; es el puente que conecta la visión de la empresa con las aspiraciones y necesidades de quienes nos rodea.



Objetivos

- Fortalecer el vínculo de la compañía con las comunidades.
- Sostener y fortalecer nuestra Licencia Social para Operar.



Estrategias

- Programas de Inversión Social de tgs y la Fundación tgs.
- Programa de Prevención de Daños.
- Acciones y capacitaciones coordinadas por GSAC y RRHH.



Expectativa del grupo de interés:

- Desarrollo económico y social / Fuentes de trabajo / Cuidado ambiental / Suministro de gas natural / Seguridad vial / Comunicación y diálogo.



Canal de comunicación:

- Medios de prensa y página web.
- Para comunidades cercanas al área de operaciones: Sistema de referentes regionales con vinculación directa.

Acciones a realizar

Difusión reporte ASG - Charlas

- **Seguimiento (KPIs):** Cantidad de personas a quienes se les comunicó el reporte ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** Referentes regionales
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- Canales de comunicación:** Teléfono, WhatsApp

Difusión gestión de información relacionada directamente con la comunidad

- **Seguimiento (KPIs):** # de temas de interés abordados # de personas las cuales han recibido charlas
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** Referentes regionales
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** Teléfono, WhatsApp

Recomendaciones Deloitte:

- Seguir en la continua búsqueda de las necesidades y expectativas de la comunidad en términos ASG, esto por medio de encuestas, entrevistas o reuniones.
- Organización y liderazgo de foros, mesas redondas o grupos de trabajo para involucrar a la comunidad en la planificación y comunicación en temas ASG.
- Búsqueda de participación en programas comunitarios organizados por pares u organismos gubernamentales para formar alianzas en el marco de la gestión ASG de TGS.
- Crear campañas de concienciación para aumentar la comprensión de ciertos temas ambientales y sociales.
- Coordinar eventos de voluntariado en los que los miembros de la comunidad puedan contribuir directamente a abordar temas relevantes ASG.



Sindicatos

Los sindicatos aseguran que los trabajadores tengan una voz colectiva en las decisiones que afectan sus vidas laborales.



Objetivos

- Fomenta un ambiente de diálogo abierto y transparente donde los sindicatos se sientan cómodos para plantear sus inquietudes, sugerencias y necesidades.



Estrategias

- Mantener a los sindicatos informados sobre las políticas laborales de la empresa, incluyendo beneficios, condiciones de trabajo, políticas de seguridad y salud ocupacional, y oportunidades de desarrollo profesional..



Expectativa del grupo de interés:

- Cumplimiento de la regulación laboral / Participación activa en la toma de decisiones / Ámbito seguro de trabajo / Beneficios adicionales para el personal.



Canal de comunicación:

- Proceso de paritarias / reuniones periódicas

Acciones a realizar

Difusión reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** # vistas o descargas del reporte
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** Talento Humano
- **Responsable:** área Información Corporativa
- **Canales de comunicación:** Página web

Difusión de políticas y beneficios laborales

- **Seguimiento (KPIs):** # de visitas a las políticas, # de miembros del sindicato formados en temas de liderazgo.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** Talento Humano
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** página web, campus TGS

Recomendaciones Deloitte:

- Involucrar a los sindicatos en la implementación de programas de bienestar laboral que promuevan la salud, el bienestar y la calidad de vida de los trabajadores. Esto puede incluir actividades recreativas, programas de salud mental, y servicios de asistencia y apoyo.
- Ofrecer programas de capacitación y desarrollo profesional para los líderes sindicales y los miembros del sindicato, fortaleciendo sus habilidades de negociación, comunicación y liderazgo.



Accionistas

La comunicación efectiva con los accionistas es un componente clave para la estabilidad financiera, ya que fomenta la confianza y atrae a nuevos inversionistas



Objetivos

- Responder a los requerimientos de información por parte de los accionistas en términos de sostenibilidad y, por ende, a la retención de inversionistas a largo plazo.



Estrategias

- Comunicación de beneficios de gestionar temas ASG



Expectativa del grupo de interés:

- Retorno razonable de la inversión / Cumplimiento normativo / Adopción de buenas prácticas de mercado.



Canal de comunicación:

- Asambleas de accionistas / estados financieros trimestrales / Memoria y Balance Anual / Formulario 20-F de la SEC / reportes / sitio de internet de tgs y en el de reguladores societarios / Comunicados de prensa / Contacto con el sector de relaciones con inversores

Acciones a realizar

Difusión reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** Cantidad de accionistas a quienes se les comunicó el reporte ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de Información Corporativa.
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** Teléfono, WhatsApp

Integración de información ASG en informes financieros

- **Seguimiento (KPIs):** a definir
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de Información Corporativa.
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** Pág web de la compañía.

Recomendaciones Deloitte:

- Establecer un calendario regular de comunicación para informar a los accionistas sobre los resultados ASG, eventos corporativos importantes y actualizaciones estratégicas.
- Incluir sesiones de preguntas y respuestas en eventos de comunicación, brindando a los accionistas la oportunidad de expresar inquietudes y obtener respuestas directas de la dirección.
- Difundir como TGS está afrontando los nuevos desafíos ASG.
- Utilizar frameworks como el CSA, CDP, Sustainabilitycs, entre otros, para comprender la tendencia de los requerimientos de los inversores a nivel global en términos ASG y así preparar la información ASG de forma más sólida.



Entidades bancarias y financieras, seguros

La comunicación abierta entre las empresas y las entidades bancarias son la clave para adaptarse a las cambiantes necesidades financieras y enfrentar los desafíos económicos.



Objetivos

- Destacar la solidez financiera de tgs, la viabilidad de los proyectos y el compromiso de la empresa con la gestión de Riesgos ASG.



Estrategias

- TBC con TGS



Expectativa del grupo de interés:

- Conocer las estrategias de gestión de riesgos de tgs, incluyendo políticas de cobertura, diversificación de cartera y medidas de seguridad para garantizar la estabilidad financiera y proteger los intereses de los inversores y prestamistas.



Canal de comunicación:

- Página web y mail

Acciones a realizar

Difundir reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** # Entidades bancarias y financieras a las cuales se les envió el reporte ASG.
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** áreas encargadas de gobierno corporativo, ambiental y social.
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** página web

Difusión de políticas ASG

- **Seguimiento (KPIs):** TBC con TGS
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** áreas encargadas de gobierno corporativo, ambiental y social.
- **Responsable:** área de comunicaciones
- **Canales de comunicación:** página web



Recomendaciones Deloitte:

- Realizar esporádicamente encuestas / estudios de opinión sobre la gestión ASG de la compañía.
- Difundir como TGS está afrontando los nuevos desafíos ASG buscando el mayor grado en engagement a los bancos y entidades financieras.



Proveedores / Contratistas / Cadena de Valor

La transparencia en la comunicación con los proveedores fomenta la confianza, fortaleciendo las asociaciones y facilitando la resolución conjunta de desafíos.



Objetivos

- Fomentar la adopción de prácticas sostenibles entre los proveedores al comunicar los valores y expectativas de la empresa en relación con la sostenibilidad.



Estrategias

- Mantener los proveedores actualizados e informados sobre la estrategia ASG de la compañía al mismo tiempo que se les comunica sobre prácticas que pueden adoptar.



Expectativa del grupo de interés:

- Suministro de productos y/o servicios para la operación de la compañía / Niveles de calidad, oportunidad de entrega y precio / Relaciones duraderas / Oportunidad de desarrollo.



Canal de comunicación:

- Acuerdos específicos / Programa de Desarrollo de Proveedores / Reuniones de trabajo para conocer las necesidades, medir los tiempos de entrega y cumplimiento.



Acciones a realizar

Difundir reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** # de reportes enviados vía mail
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de relaciones institucionales
- **Responsable:** área Información Corporativa
- **Canales de comunicación:** mail

Reuniones de socialización / capacitación

- **Seguimiento (KPIs):** # de asistentes / # de proveedores estratégicos
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de relaciones institucionales
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** mail

Recomendaciones Deloitte:

- Organizar reuniones regulares con los proveedores estratégicos para proporcionar información sobre cambios en políticas, procesos y temas ASG, para que puedan ajustar sus operaciones en consecuencia.
- Comunicar las acciones ASG a los proveedores y contratistas en la búsqueda de mayor compromiso de su parte y generación de alianzas.
- Crear una plataforma en línea exclusiva para proveedores donde puedan acceder a información clave, documentos y comunicados ASG de manera centralizada. Se sugiere usar el portal de proveedores actual de TGS para tener un espacio de información y divulgación sobre la gestión ASG de TGS.
- Proporcionar capacitación y asesoramiento cuando sea necesario.
- Realizar esporádicamente encuestas / estudios de opinión sobre la gestión ASG de la compañía.



Superficiarios

Una relación de colaboración a largo plazo con los superficiarios permite la continuidad de los proyectos.



Objetivos

- Establecer una relación de confianza, transparencia y colaboración con los superficiarios.



Estrategias

- Resaltar los beneficios de las operaciones de la empresa en sus tierras a través de la comunicación transparente de los posibles impactos, las medidas mitigadoras y compensatorias que se implementarán en cada proyecto.



Expectativa del grupo de interés:

- Cumplimiento de la regulación de servidumbre administrativa de paso / Cuidado ambiental / Diálogo fluido / Consenso para obras nuevas o de mantenimiento y/o reparación de fallas / Respeto por la propiedad privada.



Canal de comunicación:

- Teléfono / correo postal / correo electrónico y notas / Reuniones personales / Firma de convenios por servidumbre / Firma de acuerdos por daños evitables e inevitables.



Acciones a realizar

Difusión del reporte ASG

- **Seguimiento (KPIs):** # vistas o descargas del reporte
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:**
- **Responsable:** área de relaciones institucionales
- **Canales de comunicación:** página web

Mesas de dialogo

- **Seguimiento (KPIs):** # de asistentes a las mesas, # de mesas realizadas en el año fiscal
- **Plazos:** a definir
- **Aliados estratégicos:** área de relaciones interinstitucionales
- **Responsable:** área de proyectos
- **Canales de comunicación:** teléfono, WhatsApp

Recomendaciones Deloitte:

- Ofrecer y divulgar programas de capacitación y educación a los superficiarios sobre temas relevantes, como seguridad en el lugar de trabajo, protección ambiental, derechos y responsabilidades como propietarios de superficies, y los beneficios económicos y sociales de las operaciones de la empresa.
- Reconocer y respetar los derechos de los superficiarios sobre sus tierras, así como su cultura, tradiciones y valores. Asegúrate de consultar y obtener el consentimiento adecuado antes de realizar cualquier actividad que pueda afectar sus derechos o intereses.



Deloitte.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en Riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 345,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Co. S.A., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en Riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de “Deloitte”.

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.

