

Informe de empalme
**Vicepresidencia Comunicación y Relaciones
Corporativas**
Diciembre 1 al 4 de 2015



Contenido

1 Contexto General de la Vicepresidencia

2 Alineación Estratégica

3 Modelo Objetivo

4 Avances Significativos

5 Retos a corto plazo



Contexto General de la Vicepresidencia

Quiénes somos

Función Principal

Liderar la aplicación de los modelos de relacionamiento y comunicación con los grupos de interés y gestionar la reputación del Grupo EPM.

Para cumplir con esta función, contamos con tres gerencias:

1. Relaciones Externas.
2. Identidad Corporativa.
3. Comunicación Corporativa.

Recursos y Capacidades



Directivos	3
Profesionales	59
No profes	20
Total	82

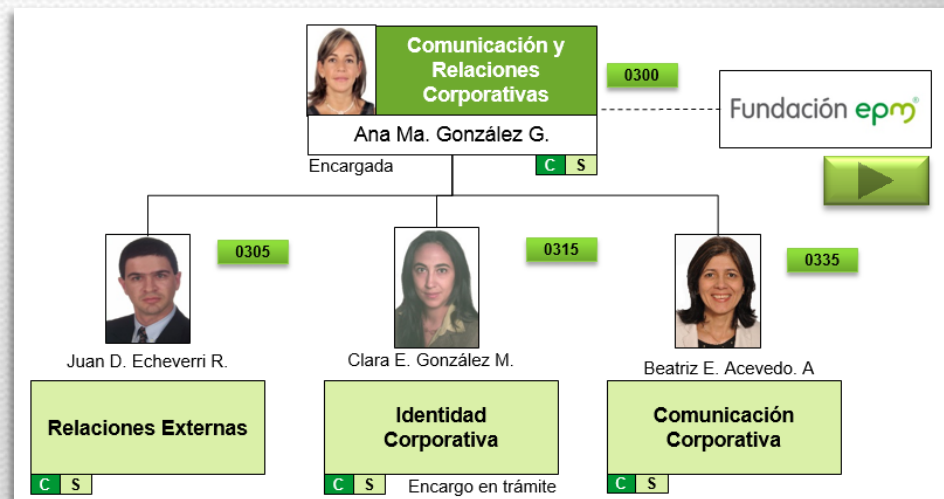


78,533

Millones de pesos en 2015

1.09% del ppto de EPM.

Incluye recursos Fundación EPM (30%)



3 grandes retos:

- ✓ Consolidación de la Vicepresidencia.
- ✓ Gestionar la reputación.
- ✓ Gestionar la comunicación y las relaciones estratégicas.



Alineación Estratégica

A qué estamos comprometidos



En nuestro quehacer aportamos al fortalecimiento de las relaciones con grupos de interés externos y el fortalecimiento de la gestión con los grupos de interés internos, a través de diversas estrategias y el seguimiento continuo a indicadores de reputación, marca y efectividad de la comunicación interna.

	Nombre del indicador	Periodicidad de medición	Resultado última medición
Indicador de Reputación	Índice Global de Reputación (IGR) EPM*	Cada 2 años	2014: 875
	Índice Global de Reputación (IGR) Grupo EPM	Cada 2 años	2014: 847
	Estudio Merco Empresas	Anual	2015: Puesto 4
	Salud de marca	Cada 2 años	2014: 13.36
	Efectividad de la comunicación interna EPM	Cada 2 años	2014: 61.2
	Efectividad de la comunicación interna Grupo EPM	Cada 2 años	2014: 61.6



Modelo Objetivo


Nuestras Metas



Consolidación de la Vicepresidencia


Diseñar e implementar los procesos articulados de la Vicepresidencia con alcance de Grupo.

Gestionar la Reputación

Incorporar en la gestión los riesgos reputacionales extremos en el Grupo bajo la metodología de Gestión Integral de Riesgos y el aplicativo KAIROS y articular el plan de Reputación con el plan de Materialidad. 



Gestionar la comunicación y las relaciones estratégicas


Diseñar e implementar los planes de comunicación y relacionamiento que apalanquen el logro de las metas organizacionales. 



Avances Significativos


Qué hemos logrado

Consolidación de la Vicepresidencia

- Articulación del proceso de comunicación y relacionamiento con las filiales nacionales a través de la mesa RIC (Reunión integrada y coordinada).
- Participación y consolidación del Plan para Atención de Eventos (PAE), gestión de riesgo y crisis.
- Diseño e implementación del plan de comunicación 2015 con énfasis en el plan pre electoral. 

Trabajamos **integradamente** para fortalecer la comunicación y relacionamiento en el Grupo EPM.

Gestión de la Reputación

- Gestión proactiva frente a la posible materialización de 58 riesgos extremos reputacionales. 
- Consolidación del modelo de relacionamiento y reputación con las filiales nacionales de energía para mantener en el top 5 la reputación de EPM, según MERCO.

Gestión de la comunicación y relaciones estratégicas

- Implementación del plan de reputación de Grupo y su incorporación en el CMI.
- Diseño, implementación y seguimiento de 14 planes de comunicación de las vicepresidencias.
- Diagnóstico y puesta en marcha del plan de mejoramiento del indicador de efectividad de la comunicación interna de Grupo.
- Diseño del proceso integrado de gestión normativa con Estado y con Colegas, bajo la visión de 360°.



Avances Significativos

Qué hemos logrado

Nuestros Proyectos

Gobierno en línea

Busca establecer mecanismos con alcance de Grupo EPM, que permitan dar cumplimiento al Decreto 2573 de diciembre 12 de 2014, de la estrategia de Gobierno en Línea definida por el Gobierno Nacional para las instituciones públicas, con el fin de facilitar la interacción, transacción y relacionamiento entre los entes del Estado y los ciudadanos.

Con corte a 30 de septiembre, el proyecto presenta avance del **100%** según el cronograma establecido



Bitácora 3.0

Su objetivo es la reestructuración de la intranet corporativa de EPM y sus filiales nacionales, de acuerdo a la nueva estructura organizacional y los objetivos corporativos y con soporte en la plataforma tecnológica Sharepoint.



ESSA y CHEC: implementación en servidores de pruebas para ajustes en funcionalidades y contenidos.





EDEQ y CENS: actualmente en fase de implementación de sus intranets.





Principales retos


Hacia la materialización del modelo objetivo

- 

Mejorar la **percepción de favorabilidad** y consolidar la **percepción de familiaridad** entre el conjunto de grupos de interés de EPM en pro de mejorar la reputación.
- 

Implementar **el Plan de llegada** con las nuevas administraciones locales y regionales y posicionar a EPM en el Gobierno Nacional, presencia en Bogotá
- 

Consolidar el **plan articulado de comunicación y relacionamiento** con alcance de Grupo, en el ámbito nacional.
- 

Consolidar la **unidad de marca** y la estrategia de **posicionamiento de Grupo** con alcance de filiales (incluye aspectos comerciales) contribuyendo a la medición de **salud de marca**.
- 

Continuar con el plan de **mejoramiento de la efectividad de la comunicación interna** en el Grupo EPM.



Nuestras metas por indicador

	Nombre del indicador	Periodicidad de medición	Meta del Indicador
Indicador de Reputación	Índice Global de Reputación (IGR) EPM*	Cada 2 años	2016: 879 IGR
	Índice Global de Reputación (IGR) Grupo EPM	Cada 2 años	2016: 859 IGR
	Estudio Merco Empresas	Anual	TOP 5
	Salud de marca	Cada 2 años	2016: 13.5
	Efectividad de la comunicación interna EPM	Cada 2 años	2016: 64.7
	Efectividad de la comunicación interna Grupo EPM	Cada 2 años	2016: 65



Gestionar la Reputación

Seis factores para la gestión de la reputación

Calidad de productos y servicios

Capacidad de tiene el grupo EPM para proveer productos y servicios y desarrollar canales de atención al cliente que sean capaces de satisfacer sus necesidades con los más altos estándares de calidad.



Responsabilidad social

Oferta social de la empresa: sus programas de responsabilidad social, el desarrollo de los territorios y las personas al conectarlos al uso y aprovechamiento de los servicios públicos domiciliarios y la calidad de su oferta laboral.



Comunicación, transparencia y ética empresarial

Funciones comunicacionales de la empresa desde provisión de información hasta diálogo, pasando por la escucha. Además, incorpora elementos vinculados a sus valores y principios organizacionales.



Responsabilidad ambiental

Desafío intergeneracional al que supone la administración y gestión de una de las empresas más importantes en el hemisferio de provisión de servicios públicos domiciliarios.



Gestión corporativa

Capacidad de l Grupo EPM para la toma oportuna de decisiones sin que por esto pierda su carácter humano.



Innovación y liderazgo

Capacidad de l Grupo EPM para mantenerse a la vanguardia en el uso de tecnologías y herramientas, además de mantener el reconocimiento de liderazgo empresarial y en el sector que opera.



| Métricas de Reputación: Conocimiento | Familiaridad | Favorabilidad | Confianza | | Lealtad |



Gestionar la Comunicación y las Relaciones Estratégicas

Nuestros grupos de interés



Gestionar la Comunicación y las Relaciones Estratégicas

Nuestros grupos de interés

Focos de Materialidad

1. Acceso y comprabilidad de los servicios públicos.

2. Transparencia y apertura de información

3. Integración del territorio

4. Equilibrio en las acciones de RSE entre los territorios

5. Calidad y seguridad de los productos y servicios.

6. Cuidado del agua

7. Contratación responsable

8. Biodiversidad

9. Respeto y promoción por los DDHH

10. Clima laboral



Factores de Reputación

1. Calidad de productos y servicios

2. Responsabilidad social

3. Comunicación, transparencia y ética empresarial

4. Responsabilidad ambiental

5. Gestión corporativa

6. Innovación y liderazgo



Reputación, Marca y Comunicación

Nuestros Indicadores

Salud de Marca

Grupos de Interés	Indicador Marca (poder)
Empresas	6,1%
Hogares	5,0%
Comunidad	2,3%
EPM	13,36%

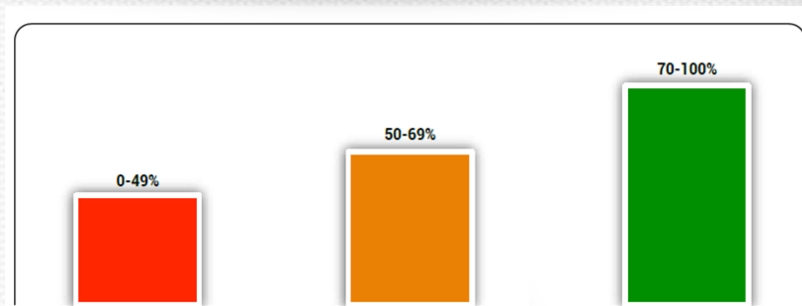
Rojo	Amarillo	Verde
X < 9,9%	10% < X < 14,9%	X > 15,0%

Empresa	Total indicador de poder por empresa
EPM	13,36%
Alpina	10,83%
Postobòn	10,39%
Bancolombia	10,30%
Grupo Éxito	10,17%
Bavaria	8,44%
Ecopetrol	8,05%
Nutresa	7,71%
Argos	7,17%
Avianca	7,07%
Codensa	3,81%
Gas Natural Fenosa	3,06%
Total	100%

Indicador de Reputación

Norma 830

Efectividad en la comunicación



0 – 49%

Bajo

Desempeño que no corresponde a los estándares deseados y representa un comportamiento crítico del indicador.

50-69%

59 – 69%

Medio

Desempeño que amerita observación

70-100%

70 – 100%

Alto

Desempeño que corresponde a los estándares deseados y representa un comportamiento positivo del indicador



Plan de comunicación y relacionamiento



Divulgación

Estrategia electoral

Estrategia Cierre y Empalme

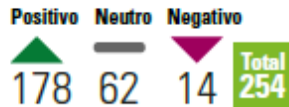
Actividades sin iniciar



Guía metodológica para control de riesgos reputacionales

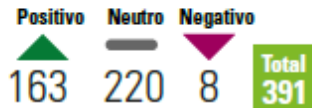
Calidad de Productos y Servicios

Calidad del agua en algunos sectores del área metropolitana, color y sabor deficientes. EPM confirma que los embalses se encuentran en niveles óptimos para afrontar el posible fenómeno del niño. Quejas, reportes y comentarios con respecto a interrupciones en los servicios de acueducto, energía, televisión e internet.



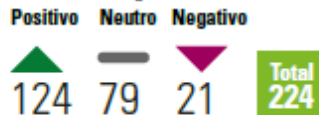
Comunicación, Transparencia y Ética Empresarial

Acusan a Grupo EPM de plagiar iniciativa "Un Litro de Luz". Información brindada por EPM sobre interrupciones programadas de los servicios de agua y energía. Comunicado referente a la terminación del contrato de 64 funcionarios de EPM.



Gestión Corporativa

Filiales del Grupo EPM tendrían una desaceleración económica en 2015. EPM saca buenas notas por desempeño. EPM participará en la RONDA UNO en México con miras a la apertura energética en ese país. EPM interesada en implementar planta de tratamiento de aguas en Veracruz México.

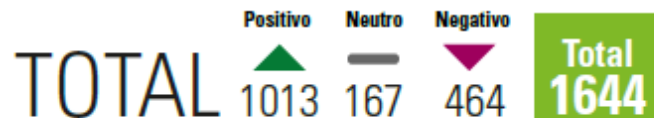


Índice de Gestión de Reputación

338,33
(En Escala de 1-1000)



General Enero 2015



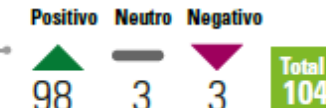
Innovación y Liderazgo

RobecoSAM otorga medalla de bronce a EPM por sostenibilidad. Ipse y EPM ejecutan en San Vicente proyecto de generación de energía vía paneles solares. EPM y su filial Ticsa realizarán un proyecto de 45 millones de dolares, de reúso de agua para Pemex en México.



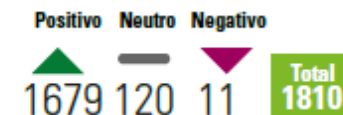
Responsabilidad Ambiental

Hallazgo de zona arqueológica en Soacha, proyecto EPM nueva esperanza. Campaña de siembra de arboles de EPM con la Policía Nacional y el Parque ARVL.



Responsabilidad Social

El sindicato de la Chec y EPM acuerdan convención. Familias de Briceño estrenaron casa con el programa Aldeas de EPM. Alumbrado EPM 2014. A más de 11.000 hogares rurales ya llegó la energía. Exposición "Memorias de Barrio" en la Biblioteca EPM. Masacre Laboral en EPM, más de 60 personas despedidas en varias dependencias. Caso Zorobabelia Córdoba.



Plan de Reputación Grupo EPM

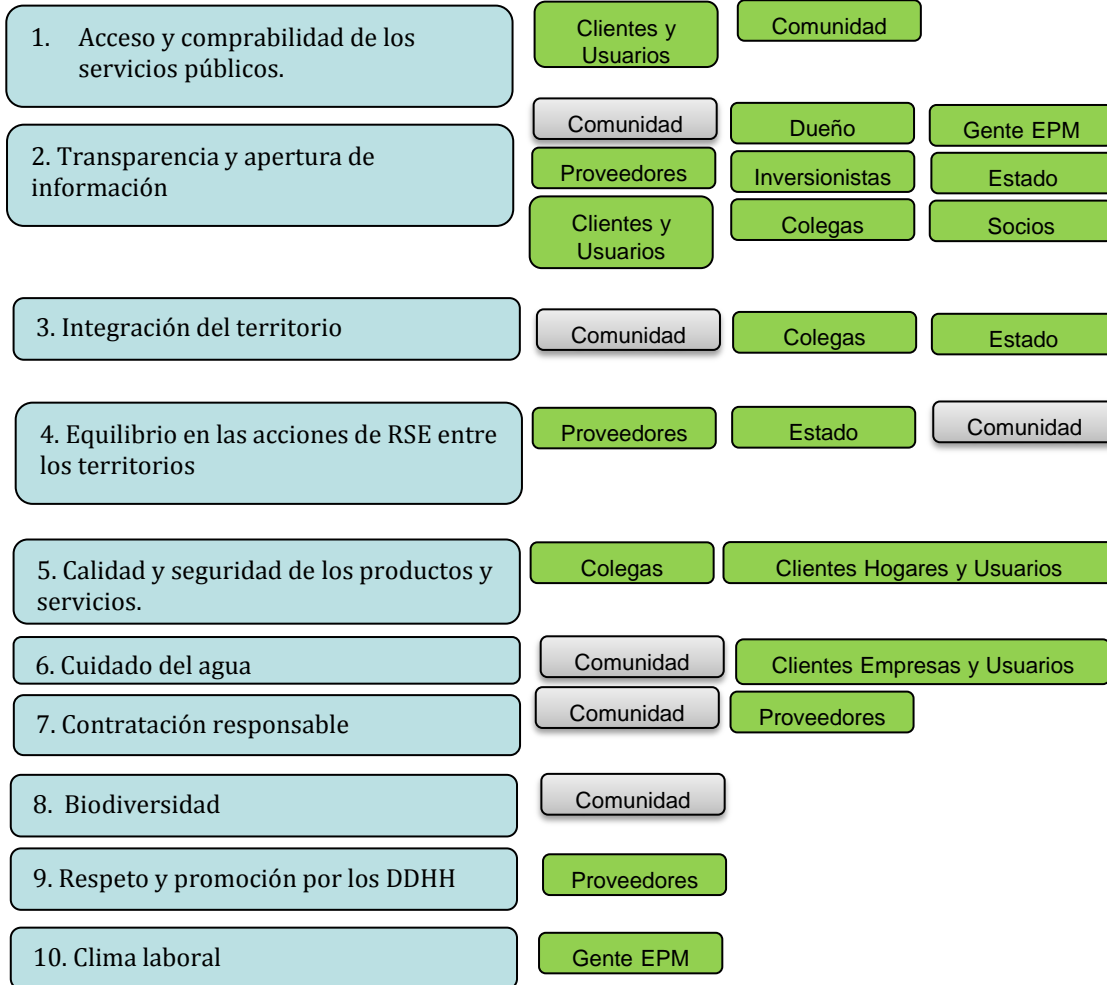
GI	Acciones	Gestión de la Marca, Imagen y Reputación «Posicionamiento»				Materialidad 14 en total	Atributos de reputación 22 en total
		Foco de Comunicación y Reputación*	Atributos de Marca	Valor Corporativo	Foco de Gestión*		
Colegas	5	Comunicación Transparencia y Ética Empresarial, Gestión Corporativa	Fiable, Responsabl e, Accionante, Humana	Transparencia, Compromiso, Responsabilidad , Confiabilidad	Familiaridad, Favorabilidad Confianza	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Transparencia y apertura en información</u> 2. Calidad y seguridad de los productos y servicios 3. Integración en el territorio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Se preocupa por el bienestar</u> 2. Se preocupa por innovar 3. Es ágil en la gestión 4. Es una empresa amable, cálida
Líderes (Columnistas, periodistas)	4	Innovación y liderazgo.	Fiable, Responsabl e, Accionante, Humana	Transparencia, Compromiso, Responsabilidad , Confiabilidad	Conocimiento <u>Confianza</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Transparencia y apertura en información</u> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es una empresa que suministra información...
Socios	3	Comunicación Transparencia y Ética Empresarial	Fiable, Responsabl e, Accionante, Humana	Transparencia, Compromiso, Responsabilidad , Confiabilidad	Confianza	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Transparencia y apertura en información</u> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es una empresa que suministra información 2. Se preocupa por ...



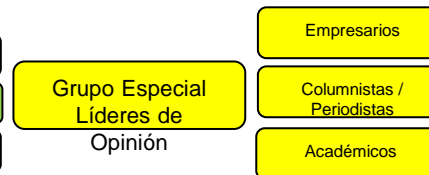
Focos de trabajo

Plan de Relacionamiento y reputación Grupo EPM

Foco 1: Materialidad



81 Acciones en el plan



Foco 2: Reputación

Comunicación Transparencia y Ética Empresarial. Responsabilidad Ambiental
Responsabilidad Social

Métricas de reputación

Confianza, Favorabilidad, Lealtad.

Valores EPM

Transparencia, Compromiso, Responsabilidad, Confiabilidad, Calidez

Atributos de Marca

Fiable, Responsable, Accionante, Humana

Grupo de interés con mayor énfasis

Estructura Administrativa

VP Comunicación y Relaciones Corporativas

Misión

G. Relaciones Externas

Liderar las **relaciones del Grupo EPM**, por medio de gestión directa o mediante políticas y lineamientos, **con las instituciones de orden internacional, nacional y territorial en los países donde el Grupo EPM tiene presencia y en aquellos que hacen parte de su mercado objetivo**, con el fin de contribuir al logro de los objetivos empresariales.

G. Comunicación Corporativa

Liderar la formulación y ejecución del **plan integral de comunicación del Grupo EPM**, por medio de gestión directa o mediante políticas y lineamientos, con el fin de contribuir al logro de sus objetivos y al fortalecimiento de su imagen y reputación

G. Identidad Corporativa

Liderar **la gestión de marca del Grupo EPM**, así como **formular y ejecutar el plan de mercadeo institucional** y las acciones de reputación y **plan de comunicación y relacionamiento** que contribuyan al cumplimiento de los objetivos empresariales



Fundación EPM



Fundación **epm**®



Fundación EPM

Propósito

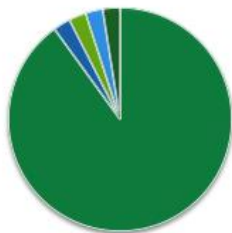
Aportar al **desarrollo de territorios sostenibles y competitivos**, en las áreas de influencia, actuales y potenciales del Grupo EPM, a través de **programas y proyectos de gestión social y ambiental** que propicien en los territorios el cuidado de los recursos naturales y el uso adecuado de los servicios públicos.

Naturaleza Jurídica

Somos una Fundación social creada en el año 2000, sin ánimo de lucro, sometida al derecho privado, de utilidad común e interés social.

Somos una filial del Grupo EPM desde octubre de 2015.

Conformación



90% EPM
2,5% FEPEP
2,5% EAFIT
2,5% UPB
2,5% CEIPA

314 empleados

Presupuesto 2016:
24.968 millones

Órganos de Gobierno Corporativo

Asamblea General

Alcalde de Medellín
Gerente General Grupo EPM
Presidente Tigo - UNE
Secretaria General Grupo EPM
Vicepresidenta de Comunicaciones y Relaciones Corporativas Grupo EPM
Gerente Fondo de Empleados EPM
Representante Junta Directiva Grupo EPM
Rector Universidad EAFIT

Consejo Directivo

Principales

Vicepresidenta de Comunicaciones y Relaciones Corporativas Grupo EPM
Representante Tigo - UNE
Representante Secretaría de Educación - Alcaldía de Medellín
Independiente
Independiente

Suplentes

Directora Mercadeo Relacional Grupo EPM
Gerente Ambiental y Social Proyectos e Ingeniería Grupo EPM

Nuestras Líneas Estratégicas

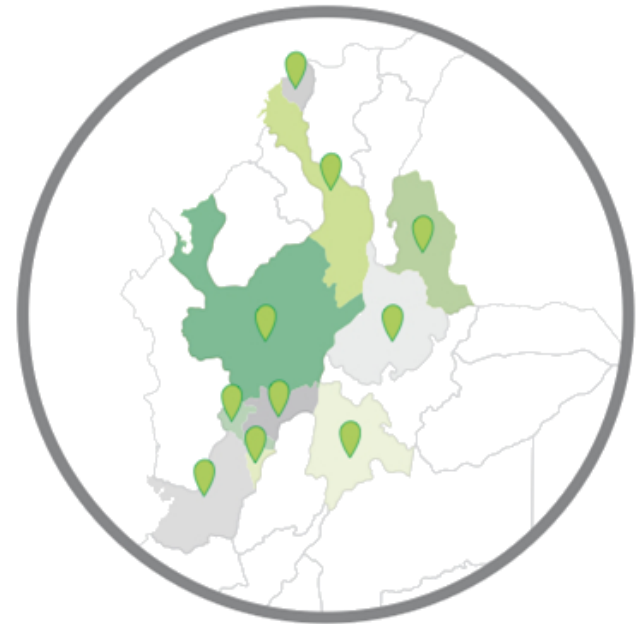
Acceso al conocimiento,
la educación y la cultura



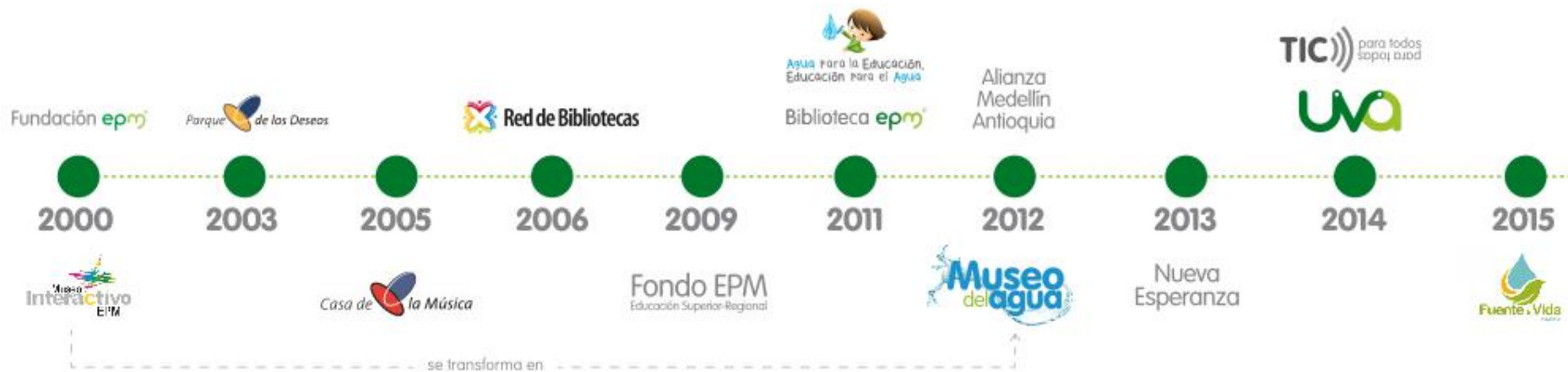
Cuidado, uso y
mejoramiento de los
recursos naturales y los
servicios públicos



Cobertura



Nuestros Programas en el Tiempo



Impacto de los Programas por Línea Estratégica

Educación y Cultura



261 estudiantes beneficiados
170 estudiantes graduados



9.102 estudiantes beneficiados
192 estudiantes graduados



476.043 visitantes
313 actividades de formación



854.679 usuarios
4.976 materiales bibliográficos y electrónicos



93.403 visitantes y beneficiarios
779 actividades de educación ambiental



1'900.000 visitantes
800 actividades culturales



380.000 visitantes
144 actividades de formación



290.007 beneficiarios
622 actividades de uso de las TIC

Medio Ambiente



275 soluciones instaladas
56.137 beneficiarios desde 2011



45.000 beneficiarios
18 municipios concertados



Experiencias

380.000

Impacto

144 talleres
de formación en artes, educación ambiental,
animación juvenil y apropiación TIC

148 proyecciones de cine

106 presentaciones Cuenta Conmigo

740 actividades de promoción de lectura

370 actividades ambientales

Ganador del premio Global **Holcim**,
Categoría Oro

Aliados:





Soluciones

275 instaladas desde 2011

Impacto

56.137 beneficiarios desde 2011

Presencia en el **90%** de los municipios en Antioquia
1.411 talleres y apoyos técnicos de formación en Operación y Mantenimiento de la Solución Potabilizadora
678 talleres de educación ambiental

Aliados:



Presupuesto General

Fuentes	Presupuesto 2016	% Participación
Disponibilidad inicial	7.040.240	25%
Recursos Epm	18.400.000	67%
Otras fuentes	2.222.245	8%
Total Fuentes	27.662.485	100%

Usos	Vigencia 2016	% Participación
Gastos de funcionamiento	3.435.708	14%
Gastos de personal	2.041.264	8%
Gastos generales	1.394.444	6%
Programas	21.532.803	86%
Gastos de personal	8.487.897	34%
Gastos generales	13.044.906	52%
Total Usos	24.968.511	90%
Disponibilidad final	2.693.974	10%

Fundación EPM

Retos 2016

1

Ser Fundación de Grupo EPM.
Articulación con las filiales

2

Relacionamiento con el grupo de interés comunidad.
Articulación con EPM

3

Desarrollar un modelo de intervención integral.
Territorio

4

Dimensionamiento estratégico de la Fundación.
Retos al 2022

5

Consolidar el posicionamiento interno y externo

Gracias

Grupo·epm[®]

