

PLAN DE ACCION 2014

Vicepresidencia Secretaría General

Presupuesto en Millones de pesos

| Consolidación de Proyectos y Planes                                                              |                                                                                                                                                               |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    |             |                    |             |      |             |      |             |      | Observaciones | Responsable | Vicepresidencia Ejecutiva<br>/Vicepresidencia Negocio |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|---------------|-------------|-------------------------------------------------------|
| Objetivo Estratégico                                                                             | Nombre del Proyecto o Plan de Mejoramiento                                                                                                                    | Clasificación   | Estado       | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Unidad Meta física | 2014        |                    | 2015        |      | 2016        |      | 2017        |      |               |             |                                                       |
|                                                                                                  |                                                                                                                                                               |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | Meta Física | Ppto               | Meta física | Ppto | Meta física | Ppto | Meta física | Ppto |               |             |                                                       |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | Definir esquema para monitorear y gestionar los riesgos reputacionales del Grupo.                                                                             | Plan de Proceso | Identificado | Los riesgos corporativos identificados representan crisis potenciales para la empresa. Para hacer frente a las mismas, la Vicepresidencia de Comunicación y Relaciones Corporativas deberá construir un esquema para prever y atender las crisis del Grupo EPM, así como garantizar la formación de quienes deban asumir la vocería.                                                                                                                                                                       | % avance del plan  | 100         | 150                | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | Consolidación de la identidad del Grupo EPM a través de su comunicación, su relación y sus marcas.                                                            | Plan de Proceso | Identificado | Acciones encaminadas a que los grupos de interés perciban una identidad unificada a través de la imagen, el lenguaje, los comportamientos y la forma como nos relacionamos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | % avance del plan  | 100         | 11,905             | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | Convergencia de medios de Grupo                                                                                                                               | Plan de Proceso | Identificado | Se pretende constituir una plataforma de medios internos y externos de Grupo, donde sus mensajes sean efectivos y se encuentren articulados con la filosofía del Grupo, además de potenciar algunos de ellos como canales que apalancquen los objetivos del negocio y de relacionamiento.                                                                                                                                                                                                                  | % avance del plan  | 70          | Recursos de nómina | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos          | Monitoreo mediático sobre el impacto social y político en las zonas donde hace presencia el Grupo EPM.                                                        | Plan de Proceso | Identificado | Monitorear la presencia de EPM y sus filiales en los diferentes medios para identificar y analizar las señales del entorno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | % avance del plan  | 100         | 110.0              | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | "Plan de comunicación y relacionamiento" alineado con los planes de negocio y soporte del Grupo para contribuir a su posicionamiento.                         | Plan de Proceso | Identificado | El diseño y ejecución del plan de Comunicación, mercado y relacionamiento contemplará estrategias desde la identidad, la comunicación y las relaciones que contribuyan al logro de los objetivos corporativos del Grupo.                                                                                                                                                                                                                                                                                   | % avance del plan  | 80          | En definición      | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | Presencia del Grupo EPM en diferentes espacios y medios con los Grupos de interés para construir relaciones de confianza y mutuo beneficio                    | Plan de Proceso | Identificado | Las actividades asociadas a esta iniciativa buscan que los grupos de interés asocien la marca a lo que somos, así como desde la organización, escuchar lo que ellos tienen para decirnos, de tal manera, que al interior de la Vicepresidencia desde las tres gerencias se evalúan y se lideran las acciones definidas para la gestión de las relaciones, en caso de ser necesario.                                                                                                                        | % avance del plan  | 100         | 44,600             | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos          | Monitoreo sociopolítico de los actores relevantes para las relaciones del Grupo EPM y del entorno normativo que impacte los objetivos estratégicos del Grupo. | Plan de Proceso | Identificado | Los fenómenos sociopolíticos de la escena nacional y las condiciones sociales particulares de las áreas específicas de influencia departamental, exigen el compromiso de las empresas con la sociedad e implican un análisis más agudo para la gestión de riesgos en entornos de alta vulnerabilidad social y política, como aquello en los cuales el Grupo EPM opera y que en tal medida, los percibe como aliados o potenciales y/o latentes amenazas para el desarrollo de sus actividades y proyectos. | % avance del plan  | 100         | Recursos de nómina | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés internos          | Establecer directrices que viabilicen la actuación coordinada de la comunicación, la identidad y las formas de relacionarse en las empresas del Grupo.        | Plan de Proceso | Identificado | Liderar la construcción de la red de relaciones internas en el Grupo EPM, a través de lineamientos que viabilicen el modelo de gobierno entre el núcleo corporativo y las empresas que lo conforman.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | % avance del plan  | 80          | Recursos de nómina | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés internos          | Comunicación articulada con el plan de cambio y cultura del Grupo EPM.                                                                                        | Plan de Proceso | Identificado | Se definirán acciones comunicativas asociadas y articuladas con el plan de cambio y cultura que establezca la Gerencia de Cultura Organizacional para estar alineados con el propósito definido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | % avance del plan  | 100         | Recursos de nómina | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés internos          | Comunicación interna alineada con los postulados definidos en los rasgos culturales y de estilo del Grupo EPM                                                 | Plan de Proceso | Identificado | establecer en la comunicación interna, acciones y mensajes claves que den cuenta de los rasgos culturales y el estilo corporativo que tiene el Grupo EPM, para que los funcionarios se apropien y proyecten los valores corporativos que deben estar asociados a los atributos de marca.                                                                                                                                                                                                                   | % avance del plan  | 100         | 156                | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés externos/internos | Implementación del estilo corporativo en el Grupo EPM                                                                                                         | Plan de Proceso | Identificado | Desarrollar acciones al interior de las empresas, donde los funcionarios interioricen y proyecten los valores corporativos, los atributos de marca de cara a los grupos de interés.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | % avance del plan  | 100         | 136                | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |
| Fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés internos          | Gestión de la unidad de marca Grupo EPM                                                                                                                       | Plan de Proceso | Identificado | Consiste en unificar la identidad visual, la imagen gráfica y la implementación de la marca sensorial en las empresas del Grupo EPM definidas en la planeación de la Vicepresidencia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | % avance del plan  | 70          | 19                 | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A         | N/A  | N/A           | N/D         | VPCyRC                                                |