

Grupo·epm

Marco de actuación vinculaciones publicitarias

Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas

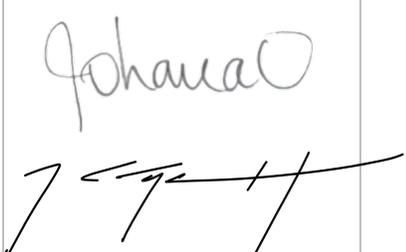
ÍTEM	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas	Vicepresidencia Comunicación y Relaciones Corporativas	Gerencia General
NOMBRE	Johana Osorio Múnera Jorge Hernández Patiño	Mónica Julieta Pinzón Bueno	John Alberto Maya Salazar
FIRMAS			
FECHA	3 de septiembre 2025		

Tabla de contenido

1.Introducción	2
1.1 ¿Por qué es importante la estrategia de vinculaciones publicitarias?	2
1.2 Objetivo del marco de actuación	3
2. Alcance	3
3. Acciones requeridas para las vinculaciones publicitarias	6

1.Introducción

Las vinculaciones publicitarias o patrocinios son un conjunto de acuerdos en los que una empresa (anunciante) paga para que su marca aparezca en un evento, producto o servicio a cambio de un beneficio de comunicación y fortalecimiento de su marca. Es un tipo de patrocinio donde se busca la visibilidad de la marca, no solo a través de publicidad pagada directa, sino a través de la asociación con otras actividades para generar un reconocimiento y una imagen positiva en el público.

La estrategia de vinculaciones publicitarias contribuye a la reputación del Grupo EPM, en la medida en que permite transmitir al público, sus valores, coherencia, transparencia y solidez a través de su visibilidad, interacción y mensajes positivos relacionados con los focos estratégicos del Grupo.

1.1 ¿Por qué es importante la estrategia de vinculaciones publicitarias?

- ✓ Fortalecen la reputación corporativa al construir una imagen positiva
- ✓ Logra un doble objetivo: apalancar la identidad definida por cada una de las empresas, contribuyendo a su imagen positiva (valores y reputación) y rendimiento comercial (activación de la demanda).
- ✓ Refuerza la legitimidad social de la empresa
- ✓ Crea afinidad del público con la marca, fortaleciendo el posicionamiento
- ✓ Transmite valores y mensajes que acercan la marca con el público creando una conexión emocional
- ✓ Establece una diferencia con otras marcas
- ✓ Es una poderosa herramienta de branding para las marcas
- ✓ Aumenta el nivel de recordación entre usuarios y consumidores
- ✓ Se integra a la vida del ciudadano mejor que otras formas publicitarias
- ✓ Porque hace parte de la estrategia de posicionamiento de marca y gestión de la reputación de la organización

1.2 Objetivo del marco de actuación

El objetivo del marco de actuación es orientar la participación de las empresas del Grupo EPM en actividades de terceros, con el fin de contribuir con el direccionamiento estratégico del Grupo EPM, garantizar el posicionamiento de la marca, la alineación con las directivas y los Grupos de Interés y las directrices sobre el manejo de la imagen institucional y la optimización de los recursos de la organización en armonía con la visibilidad de marca

Igualmente orientar la participación de las empresas a nivel individual o cuando se defina como Grupo empresarial, para garantizar unidad y alineación con el direccionamiento estratégico del grupo EPM.

Es importante aclarar que este marco de actuación constituye una guía o base para que las empresas lo adapten según su dinámica, cultura y estrategias en su territorio.

2. Alcance

A continuación, se detalla el alcance geográfico para la implementación de la estrategia de vinculaciones publicitarias:

Local: vinculación a eventos en las respectivas ciudades principales donde tiene presencia la filial, con el objetivo de obtener visibilidad de marca, y contribuir al desarrollo de las comunidades donde actúa, bajo el marco de la política de sostenibilidad y el direccionamiento estratégico del Grupo EPM.

Regional: vinculación con otros municipios apoyando el relacionamiento con los entes territoriales y comunidades vecinas; con énfasis en programas educativos, culturales y deportivos, que representen posibilidades de inclusión, desarrollo y sano esparcimiento.

Nacional: vinculación a eventos en otras ciudades del país, con el propósito de posicionar a las empresas del Grupo EPM en mercados nacionales, actuales o potenciales, y apoyar el relacionamiento con entidades nacionales, especialmente con aquellas que lideran aspectos relacionados con la prestación de servicios públicos domiciliarios, responsabilidad social empresarial, gobierno corporativo, sostenibilidad y medio ambiente. Igualmente, para posicionarse como responsables en lo social y lo ambiental; y trabajar en temas que contribuyan favorablemente a la Reputación ante diferentes grupos de interés.

Internacional: vinculaciones a eventos fuera de Colombia, para contribuir al relacionamiento de las empresas del Grupo EPM con entidades internacionales afines a

temas de responsabilidad social empresarial, gobierno corporativo, sostenibilidad y medio ambiente, con el fin de potencializar sinergias y contribuir a la reputación positiva. También se realizan vinculaciones a eventos internacionales de interés, encaminados a la consecución de nuevos mercados y para divulgación y posicionamiento del Grupo EPM.

A continuación, se relacionan las categorías para la implementación de la estrategia de vinculaciones publicitarias:

Categoría	Descripción
Ciudad Apoyo a eventos acordados por la administración municipal	Cultural: Considerando la promoción cultural como un mecanismo que permite el crecimiento y desarrollo de las comunidades, enmarcados dentro de nuestra política de sostenibilidad, nos vinculamos con instituciones que representan las diferentes manifestaciones artísticas; con prioridad de aquellas que incluyan eventos masivos de libre acceso para la comunidad.
	Deportivo: En el marco de la ciudadanía corporativa, el deporte genera bienestar a la comunidad, fomenta el desarrollo de habilidades, disciplina, confianza, liderazgo, y promueve el aprendizaje de principios básicos como: la tolerancia, la cooperación y el respeto. Priorizaremos vinculaciones a eventos deportivos masivos y de alto impacto en visibilidad que convoquen masivamente a la comunidad, y que provengan de entidades formales públicas o privadas. No se aprueban propuestas de deportistas independientes.
	Académico: Eventos académicos cuya temática fortalezca los conocimientos y procesos internos y que permita dar a conocer las mejores prácticas del Grupo EPM o de sus empresas.
	Sostenibilidad: participación en eventos que aborden asuntos relacionados con temas sociales, ambientales, protección del medio ambiente y bienestar de la sociedad.
Cultural	Considerando la promoción cultural como un mecanismo que permite el crecimiento y desarrollo de las comunidades, nos vinculamos con entidades que representan las diferentes manifestaciones artísticas; con prioridad de aquellas que incluyan eventos masivos de libre acceso para la comunidad. No se aprueban solicitudes de artistas independientes.

Categoría	Descripción
Deporte	<p>En el marco de la ciudadanía corporativa, el deporte genera bienestar a la comunidad, fomenta el desarrollo de habilidades, disciplina, confianza, liderazgo, y promueve el aprendizaje de principios básicos como: la tolerancia, la cooperación y el respeto. Priorizaremos vinculaciones a eventos deportivos masivos y de alto impacto en visibilidad que convoquen masivamente a la comunidad</p> <p>No se aprueban propuestas de deportistas independientes.</p>
Municipios	<p>Con el fin de contribuir en el desarrollo de los territorios, la inclusión y el sano esparcimiento, apoyamos actividades dirigidas y articuladas por las Administraciones Municipales en temas culturales, académicos, deportivos y de sostenibilidad.</p> <p>No se aceptan propuestas de fiestas municipales.</p>
Negocio	<p>Iniciativas orientadas a facilitar cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa en temas de agua, energía, gas, apertura nuevos mercados y consolidar los negocios en el mercado actual. Además, eventos académicos cuya temática fortalezca los conocimientos y procesos internos y que permita dar a conocer las mejores prácticas del Grupo EPM o de sus empresas.</p>
I+D / Innovación	<p>Apoyo a actividades que fortalezcan las acciones de investigación, desarrollo e innovación.</p>
Sostenibilidad	<p>Participación en eventos que aborden asuntos relacionados con temas sociales, ambientales, protección del medio ambiente y bienestar de la sociedad.</p>
Gremios	<p>Iniciativas que promuevan el relacionamiento con entidades/asociaciones con intereses comunes a nivel de proyectos, negociaciones y temas de interés de las empresas y en general que busquen el bienestar del entorno.</p>
ODS (Objetivo de desarrollo sostenible)	<p>Solicitudes enfocadas en temas de ODS que impacten a las empresas del Grupo EPM.</p>

DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión)	Apoyo a actividades con estrategias, programas y prácticas que generen un entorno equitativo, diverso e inclusivo.
Otras categorías	Que sean relevantes para Las empresas, y que previamente se haya validado con la Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas.

3. Acciones requeridas para las vinculaciones publicitarias

ROI (Retorno de la Inversión): es una métrica que mide la rentabilidad de una inversión en patrocinio, comparando el beneficio neto generado con el costo total incurrido en dicho patrocinio. Se calcula mediante la fórmula: $(\text{Beneficio neto} - \text{Costo total}) / \text{Costo total} \times 100\%$. Un ROI positivo indica que la inversión fue rentable, mientras que uno negativo sugiere pérdidas.

Marco de actuación de patrocinios:

Documento que orienta, a través de unas categorías y criterios, las vinculaciones publicitarias de las empresas del Grupo EPM a eventos de terceros, con el fin de garantizar la alineación con la política de Sostenibilidad, las directrices sobre el manejo de la imagen institucional y la optimización de los recursos de la organización en armonía con la visibilidad de marca.

Oferta comercial:

Propuesta del organizador del evento en referencia a la participación de una de las empresas del Grupo EPM donde se indica condiciones comerciales y contraprestación publicitaria.

Acuerdo de contraprestación:

Negociación mediante la cual la empresa del Grupo EPM y el organizador de un evento o actividad (persona natural o jurídica), acuerdan las condiciones resultado del documento de costo beneficio para la presencia de marca que se tendrá durante el evento o actividad planteada a cambio de un pago en dinero.

Relación de conveniencia:

Corresponde al análisis económico de las contraprestaciones pactadas para una vinculación publicitaria, con el fin de identificar el retorno del presupuesto que se aprobará para la misma.

Vinculación publicitaria:

Asignación de recursos propios para el financiamiento parcial o total de un evento, persona u organización que actúa en el campo del deporte, la cultura, sostenibilidad, académico, gremios, entre otras; esperando como contraprestación un beneficio publicitario que contribuya al posicionamiento y reputación de Grupo EPM.

Cuando la vinculación publicitaria a un evento sea de dos o más filiales del Grupo EPM, la presencia de marca se hará como Grupo EPM y se visualizarán logos de las filiales participantes. El organizador del evento deberá presentar una oferta completa y discriminando la participación y el presupuesto que deberá pagar cada una de las filiales y en este sentido hacer su proceso de contratación previa validación y aprobación de la Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas del corporativo.

Contratación:

Formalización de la propuesta según los procedimientos, procesos, normas, decretos, leyes y lineamientos internos de contratación de cada una de las filiales para realizar las vinculaciones publicitarias, además deberá quedar un documento con las obligaciones y responsabilidades de ambas partes.

Participación de los ponentes en la agenda académica: cuando se vinculen dos o más filiales al mismo evento, la Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas se reserva la asignación de la vocería y participación dependiendo de la temática del evento, el relacionamiento y el proyecto a presentar. Asimismo, se acordará quién hará uso de los cupos académicos que se logren dentro de la negociación.

Disposición de los recursos cuando se vinculan dos o más empresas del Grupo EPM a un mismo evento: se deberá acordar entre las empresas (filiales) el presupuesto a aportar; la suma de cada presupuesto será el total del valor de la vinculación más impuestos, por consiguiente, cada empresa será el responsable de dejar claro en el contrato que se formalice con el organizador, las condiciones, forma y fecha de pago.

Quién representa al Grupo EPM en este tipo de eventos es el Gerente General del Grupo EPM, en caso de no asistir, será el Gerente quien delegue su representación en el evento de acuerdo con la estructura de la vocería de Grupo.

Activación de marca:

Es la ejecución de la contraprestación acordada durante el marco del evento. En algunos casos, las empresas del Grupo EPM tendrán derecho a montaje de stand y para ello deberán generar una adecuada experiencia de marca bajo los siguientes criterios:

- Los recursos necesarios
- Stand y montaje
- Experiencia en el stand
- Atención del stand con profesionales del negocio y/o personal logístico.
- Preparación del personal desde el negocio. Mensajes clave.
- Presentación personal y horarios.
- Agenda de relacionamiento.
- Ponencias desde la empresa filial.
- Listado de personal que asiste y apoya.
- Cumplir con los acuerdos de las condiciones comerciales.
- Activar medios internos y redes.
- Otros.

En el caso de que participen 2 o más filiales, la Vicepresidencia de Reputación y Relaciones Corporativas se encargará de definir la estrategia para la participación y activación de las empresas del Grupo.

Informe final: registro y cierre de la actividad con información del impacto logrado. El organizador deberá presentar a cada una de las filiales el informe que evidencie la contraprestación acordada en el contrato.

Forma de pago y facturación: se hace de acuerdo con las políticas de cada empresa.

Ley de garantías y participación en política: El grupo EPM NO realizará vinculaciones publicitarias para eventos de tipo político y se rige la normatividad de ley de garantías.

Área coordinadora: El área encargada de coordinar la vinculación publicitaria como Grupo EPM es la Gerencia de Comunicaciones y Marca de EPM.