

	CÓDIGO:	N-05-1
	NOMBRE:	POLÍTICA DE COMUNICACIONES CORPORATIVAS
	VERSIÓN:	12

Todos los derechos reservados. Ninguna reproducción, copia o transmisión digital de esta publicación puede ser hecha sin un permiso escrito.

Ningún párrafo de esta publicación puede ser reproducido, copiado o transmitido digitalmente sin un consentimiento escrito o de acuerdo con las leyes que regulan los derechos de autor o copyright en Colombia, las cuales son: Artículo 61 de la Constitución Política de Colombia; Decisión Andina 351 de 1993; Código Civil, Artículo 671; Ley 23 de 1982; Ley 44 de 1993; Ley 599 de 2000 (Código Penal Colombiano), Título VIII; Ley 603 de 2000; Decreto 1360 de 1989; Decreto 460 de 1995; Decreto 162 de 1996.

1. OBJETO

1.1 OBJETIVO GENERAL

Administrar con enfoque estratégico y en forma efectiva las comunicaciones de Surtigas, a fin de:

- Proteger la imagen y la reputación corporativa.
- Contribuir a la efectiva toma de decisiones.
- Facilitar las relaciones y el diálogo con las audiencias claves con que interactúa la organización en el desarrollo de sus negocios.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir al fortalecimiento de la percepción que sobre la empresa tienen las audiencias externas con que esta interactúa directa e indirectamente.
- Contribuir a la toma de decisiones en la cotidianidad del desarrollo de nuestros negocios.
- Facilitar el direccionamiento de las acciones de comunicación orientadas a prevenir y afrontar con efectividad las posibles situaciones de crisis en la organización.
- Garantizar que la información emitida a los públicos interesados sea oportuna, clara, precisa y veraz.
- Promover la participación de nuestras audiencias, mediante canales de comunicación bidireccionales y abiertos que faciliten el flujo constante de información y el diálogo.
- Valorar las voces, las capacidades, las percepciones, los intereses y las necesidades de las audiencias con quienes interactuamos en el desarrollo de nuestras actividades, privilegiando un contexto dialogante y por ende la construcción de confianza.
- Contribuir al fortalecimiento de la cultura organizacional y del sentido de pertenencia de los colaboradores.

2. ALCANCE

La Política aplica a todos los(as) colaboradores(as), contratistas de Surtigas y entidades a las que se le presta soporte administrativo y/o técnico: Fundación Promigas y Fondo de Empleados, las cuales deben adoptarla en su totalidad.

Esta Política está relacionada con el proceso de Gestión de Comunicaciones de Surtigas y es un complemento de la Política de Comunicaciones Internas y el Manual de Comunicaciones de Surtigas.

3. DEFINICIONES

- **Audiencias Externas o Stakeholders:** son los públicos que tienen intereses recíprocos con una empresa y mantienen una relación estable con ella.
- **Canal de Comunicación:** son las herramientas de comunicación usadas por la empresa para transmitir un mensaje a una o más audiencias. Algunos mecanismos para la transmisión pueden ser: página web, conferencias de prensa, comunicados informativos, correo interno, intranet, líneas de atención de audiencias, reuniones informativas, publicidad impresa, entre otros.
- **Comité de Comunicaciones para Manejo de Crisis:** grupo multidisciplinario integrado por el/la Gerente(a) General, los(as) Gerentes(as) Corporativos(as), los(as) directivos(as) según el tema tratado y el/la Jefe(a) de Comunicaciones. Su objetivo es tomar decisiones efectivas durante situaciones de crisis que afectan a Surtigas, minimizando los impactos negativos de las mismas sobre la estabilidad (continuidad) y reputación del negocio.
- **Contexto Dialogante:** espacio en el que se estimula la comunicación de doble vía, que reconoce al interlocutor y permite la participación argumentativa de las ideas que se comparten.
- **Crisis:** incidente que desborda la capacidad de respuesta definida por Surtigas para atender situaciones inusuales significativas y que requiere de la toma de decisiones por parte del Comité de Comunicaciones para Manejo de Crisis. En caso de no ser manejada apropiadamente puede causar un impacto negativo en la reputación, la imagen, la rentabilidad o la habilidad de operación de la organización, además de comprometer los intereses de sus stakeholders. Exige un manejo oportuno y el suministro de información a diferentes audiencias, en forma pública o privada, dependiendo de la estrategia.
- **Escenario:** evento o situación que origina o es fuente de crisis y que puede afectar negativamente la imagen y la reputación de Surtigas.
- **Imagen:** expresa fundamentalmente la personalidad corporativa, es decir, el conjunto de atributos, valores y manifestaciones voluntarias de una organización para proyectarse positivamente ante sus públicos.. Las manifestaciones más comunes son la marca, las relaciones informativas, la publicidad corporativa, entre otros.
- **Incidente:** situación inusual que cuando se presenta podría llevar a una falla, interrupción, pérdida, emergencia o crisis.
- **Información Confidencial:** información que es de manejo interno de Surtigas y que no debe ser de uso público.
- **Información Discrecional:** información que requiere de un manejo prudente para disminuir el impacto que puede causar si se entrega en forma abierta.
- **Información Pública:** toda información que ha sido oficialmente divulgada al público por parte de la compañía, por lo menos de una de las siguientes formas:
 - Envío de información relevante al mercado a través de los canales previstos por las autoridades del mercado de valores;
 - Presentación pública ante las autoridades reguladoras de valores;
 - Expedición de comunicados de prensa;
 - Conferencias de prensa;
 - Eventos de entrega de resultados
 - Publicación en página web.

- **Plan de Comunicación en Momentos de Crisis:** documento en el que se establecen las políticas, las estrategias, los procedimientos y el plan a seguir para comunicar interna o externamente crisis ocurridas que afecten o comprometan la reputación de Surtigas.

Mensaje: información corporativa o sobre la ocurrencia y el desarrollo de eventos que interrumpan la operación normal de la empresa, comunicada por esta a sus audiencias claves.

- **Reputación:** prestigio consolidado y fundamentado que una organización logra ante sus stakeholders y el reconocimiento que estos hacen del comportamiento corporativo a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos.
- **Vocero:** persona autorizada, entrenada y con las competencias desarrolladas para dar declaraciones a los medios de comunicación u otras audiencias en nombre y representación de la empresa con respecto a un tema o propósito particular.

4. CONDICIONES GENERALES.

Nuestra gestión de la comunicación está enmarcada en la Política Corporativa, cuyo centro son las personas, lo que nos motiva a diseñar estrategias y a desarrollar acciones encaminadas a generar espacios de comunicación e interacción que propendan por un beneficio mutuo en el logro de sus propósitos, la consolidación de las relaciones y el fortalecimiento de nuestra reputación.

Queremos que la comunicación con las audiencias con las que interactuamos siempre esté caracterizada por su proactividad, claridad, transparencia y respeto y se realice en un contexto dialogante. En Surtigas somos conscientes de nuestro rol social y humano, concebimos la comunicación como un derecho de todo ser humano y como tal lo respetamos bajo un criterio de justicia.

Para el éxito de esta Política de Comunicaciones Corporativa es primordial que:

- La alta dirección de la organización:
 - Vea en las comunicaciones una herramienta estratégica importante para el desarrollo de la gestión empresarial, la protección y el fortalecimiento de la reputación.
 - Prevea los hechos coyunturales de los sectores que comprenden el portafolio de inversiones que podrían ser objeto de consulta en cualquier momento por parte de los medios de comunicación u otras audiencias, y establezca la posición, bien sea corporativa o alineada con la de los respectivos gremios, a fin de asegurar respuestas claras y concisas.
 - Identifique situaciones que puedan trascender el ámbito de lo privado y convertirse en un riesgo de opinión pública que podría afectar la imagen y la reputación de la compañía.
- Todos los(as) integrantes del equipo humano:
 - Comprendan su contenido y lo apliquen.
 - Contribuyan con sus actuaciones a crear espacios de diálogo, a fomentar una actitud transparente y amable, a propiciar una imagen favorable y a proteger la reputación corporativa.
 - Sean conscientes y responsables de su rol al momento de comunicar, teniendo especial cuidado de ser coherentes con lo establecido en esta Política y la cultura organizacional.
- Se cumplan los siguientes estándares en las comunicaciones:
 - Consistencia y calidad de los contenidos.

- Oportunidad y apropiada respuesta a los eventos de relevancia para la organización.
- El diálogo con nuestras audiencias esté fundamentado en los siguientes principios:
 - Respeto.
 - Transparencia.
 - Inclusión.
 - Reciprocidad.
- Se tengan en cuenta los siguientes criterios de aplicación:
 - Coherencia: que las actuaciones individuales y colectivas correspondan a los lineamientos de comunicaciones corporativas.
 - Caracterización de las audiencias clave: identificar los intereses y aspectos coyunturales de cada audiencia clave.
 - Mejora continua: búsqueda e incorporación de mejores prácticas en comunicación.
- La estrategia de comunicaciones en situaciones de crisis contenga siempre los siguientes factores clave:
 - Sencillez. Asegurarse de que el mensaje global sea entendido fácilmente por todas las audiencias.
 - Dosis de realidad. Es importante establecer desde un principio las causas y consecuencias de la crisis (diferenciando las audiencias).
 - Credibilidad. Demostrar que se tiene un Plan de Contingencia, que se sabe hacia dónde vamos y cómo llegar.
- La gestión de comunicación en crisis se rija por los siguientes principios:

Alineación comunicativa: ante un evento de riesgo o crisis los encargados y/o responsables de comunicación deberán tener una alineación informativa con el área afectada con el objetivo de entender la situación, tener una argumentación técnica detallada del caso y una coordinación en la gestión informativa con las audiencias.

Asegurar data para la toma decisiones: asegurar la fuente de información que proporcionará los datos certeros para informar y tomar decisiones manera asertiva, oportuna, transparente y con diligencia.

Informar rápida y periódicamente: ante una situación de crisis, Surtigas debe estar dispuesta a actuar oportunamente para expresar su posición o decisiones tomadas, de manera que se convierta en fuente primaria de información. En caso de emergencias con afectación a la comunidad, debe actuar en coordinación con las respectivas autoridades de cara a la emergencia (Presidente de la República, Gobernadores, Alcaldes, SNPAD y otros).

Así mismo, se debe comunicar periódicamente la evolución de la atención de la crisis a fin de generar confianza y credibilidad con sus audiencias e impedir de esta forma malentendidos, especulaciones y rumores. “Evitar la crisis dentro de la crisis”.

Transparencia informativa: Decir la verdad no significa transmitir toda la información, solo aquella que es suficiente para generar credibilidad y tranquilidad a los interesados. En una situación de crisis puede existir información confidencial que deberá ser tratada como tal y posiblemente no se necesite transmitir a los interesados. Puede existir información que requiere manejo discrecional para disminuir el impacto que causase si se entrega en forma cruda y abierta.

Mostrar preocupación por el ser humano: ante hechos que involucren ciudadanos, clientes y otras personas, los comunicados de Surtigas deben resaltar su preocupación prioritaria por la seguridad y el bienestar comunitario.

No subestimar cualquier tipo de información: un mensaje nocivo por parte de algún grupo de interés puede escalar un riesgo a un evento de crisis. Es importante que Surtigas realice labores de monitoreo en medios de comunicación, pronunciamientos públicos o conversaciones en el ecosistema digital.

5. CONTENIDO

5.1 NORMAS Y POLÍTICAS

5.1.1 Generales

El riguroso cumplimiento de las siguientes normas y políticas y de las condiciones establecidas en el capítulo 4 de esta Política contribuye a un manejo efectivo de la información relacionada con la empresa:

- No se deben comunicar planes ni proyectos que, aunque hayan sido aprobados no se hayan ejecutado o empezado a ejecutar, ni mensajes con alto contenido auto-promocional sin tener evidencias concretas que soporten o demuestren sin lugar a duda esas afirmaciones.
- Promigas es responsable de establecer y suministrar lineamientos para el manejo de las comunicaciones, con el propósito de que los mensajes establecidos por las empresas vinculadas que conforman el portafolio guarden coherencia con los mensajes del nivel corporativo, garantizando con ello el fortalecimiento de la imagen y la reputación de estas.
- Surtigas producirá sus piezas de comunicación de carácter corporativo de acuerdo con los lineamientos de contenido e imagen dados por Promigas.
- Surtigas mantendrá libre el manejo de las comunicaciones de carácter publicitaria y comercial, orientadas a sus usuarios finales. Sin embargo, informará a Promigas a través de su Jefatura de Comunicaciones, sobre cualquier evento, situación de crisis u otro suceso o incidente que se presente a el fin de alinearse con el corporativo.
- Toda información corporativa que sea pública puede ser suministrada por los(as) voceros(as) a los medios de comunicación u otras audiencias externas, según la naturaleza del tema, en caso de ser abordados. A su vez, personas diferentes a los voceros deben canalizar las solicitudes de información de los medios de comunicación a través de la Jefatura de Comunicaciones, respondiendo a estos según el guion establecido por esta dependencia.
- Todo hecho constitutivo de información relevante al mercado debe ser compartido por la Gerencia General y o Gerentes(as) de la compañía según el tema, para su aprobación, y con la Jefatura de Comunicaciones para la revisión de forma y su conocimiento, a fin de atender cualquier requisito por parte de los medios de comunicación que se pudiese presentar.
- La información relacionada con cada uno de los eslabones de la cadena de los sectores en que participa Surtigas (gas natural) solo debe ser comunicada públicamente por el agente que desarrolla la actividad. Por ejemplo, en el sector gas, la de producción por el productor, la de transporte por el transportador, etc. No se debe difundir públicamente información negativa sobre cualquier agente de la cadena.
- Frente a la ocurrencia de eventos especiales, hechos coyunturales, emergencias operativas o situaciones de crisis de la empresa, el manejo de la información con los medios de comunicación

se realizará de acuerdo con lo establecido en esta Política. Además, es indispensable informar esta posición de ser necesario a Promigas y a Naturgas, para lo relacionado con el sector gas, cuando el Comité de manejo en situaciones de crisis lo considere necesario, a fin de que exista alineación en el suministro de información, en caso de ser abordados.

- Solo el/la Gerente(a) General, o quien él formalmente designe, puede convocar o atender ruedas o conferencias de prensa.
- El área de Comunicaciones es responsable de establecer y divulgar los lineamientos de imagen que se deben utilizar en todas las publicaciones visuales e impresas.
- Los(as) funcionarios(as) de Surtigas que sean invitados(as) o participen en eventos especiales nacionales e internacionales, en caso de ser abordados por los medios de comunicación, pueden dar declaraciones a estos sobre el tema que expusieron y otros de carácter público relacionados con la organización. Para este fin, la Jefatura de Comunicaciones conjuntamente con los Gerentes Corporativos y los funcionarios participantes de las dependencias involucradas, deben preparar un documento o consensuar una posición corporativa que les sirva de guía.
- La información a medios de comunicación sobre resultados de la gestión, eventos, proyectos y demás aspectos de Surtigas, será suministrada por el/la respectivo(a) Gerente(a) General, de acuerdo con los lineamientos establecidos en esta Política. También lo podrán hacer, en caso de ser abordados, los(as) funcionarios(as) de la alta dirección de Promigas que actúan como miembros de juntas directivas de estas.
- Los contratistas que realicen trabajos en nombre de la empresa pueden entregar información general sobre los mismos a la comunidad, siempre y cuando esté enmarcada en los lineamientos divulgados por Surtigas previo a su inicio. No están autorizados para suministrar información a los medios de comunicación sobre la organización ni sobre los trabajos en ejecución, en caso de que les sea requerida. Esta política junto con los lineamientos de comunicación establecidos, deben ser divulgados a los contratistas antes de iniciar los trabajos correspondientes.
- La información sobre transacciones accionarias que involucren a Promigas y sus empresas vinculadas, solo debe ser entregada públicamente por el accionista que las realiza y en ningún momento por la compañía que está experimentando el cambio accionario, salvo que la vinculada sea un emisor de valores en cuyo caso deberá proceder atendiendo la normativa vigente sobre información relevante al mercado.
- Ante la circulación de rumores en el curso habitual de la actividad de la compañía, el Comité de Manejo de Crisis recordará a los voceros la política de “no comentarios” y establecerá una estrategia para dar respuesta a las audiencias internas y externas en caso de que sea requerida.
- El/la directora(a) Ejecutivo(a) de la Fundación Promigas puede emitir comunicados escritos y dar declaraciones a los medios de comunicación relacionados con la función básica del organismo y proyectos específicos que adelanten, de acuerdo con lineamientos establecidos en esta política.
- La Jefatura de Comunicaciones es la responsable de administrar y controlar el cumplimiento y correcto uso de la imagen corporativa representada en su arquitectura de marca, en todas las piezas de promoción, publicidad y medios que tengan impacto, ya sea al interior o al exterior de la organización. Esto, independientemente de que el diseño y la producción de estas sean contratados y gestionados directamente por la dependencia interesada.
- Los eventos realizados por cualquiera de las dependencias de la organización deben estar enmarcados en la imagen corporativa y el protocolo establecido por la Jefatura de Comunicaciones.

- La utilización de fotografías, cualquier otro material gráfico y música en piezas de comunicación de la organización deberá contar con las debidas autorizaciones y cumplir con la legislación vigente.
- Todos los documentos corporativos que sean publicados externamente deben estar en formato pdf.
- Garantizar que los contenidos de las campañas publicitarias, piezas de comunicación producidas y cualquier mecanismo de comunicación, interno o externo, están libres de sesgos de género, lenguaje sexista y discriminatorio.
- Verificar y promover el uso de imágenes y lenguaje incluyente y no sexista en los distintos mecanismos de comunicación, interna y externa, de la empresa u organización (manuales, procedimientos, formatos, instructivos y guías),
- Asegurar que en los anuncios de comunicación interna y externa se incluyan imágenes de mujeres y hombres de manera equitativa, evitando la utilización de imágenes que sugieran estereotipos sexistas, culturales o intolerantes.
- Implementar acciones concretas para que, en las comunicaciones internas y externas de la organización, se promueva la equidad de género como un mecanismo de desarrollo económico, social, empresarial y de mercado.
- Eliminar el uso de imágenes o mensajes que posiciona a las mujeres como seres inferiores, objetos transables y sexuales.
- La Gerencia de Asuntos Corporativos a través de la jefatura de Comunicaciones, es la dependencia responsable en la formulación y control del cumplimiento de esta Política y de todos los procedimientos que de esta se deriven.

5.1.2 Redes Sociales

- Las publicaciones en las cuentas personales de los(as) empleados(as) no deben contener información de carácter sensible y confidencial de la compañía quien es la única responsable de divulgarla de manera externa a través de los canales oficiales cuando lo considere.
- La información compartida a través de medios de comunicación internos como lo son la Intranet, SumApp, correos electrónicos, circulares o mensajes instantáneos provenientes de cuentas corporativas; solo podrán ser compartidas a nivel externo, previa autorización de la Gerencia de Asuntos corporativos.

El Community Manager o la persona encargada de la gestión digital de comunicaciones de Surtigas debe informar activamente a la Jefatura de Comunicaciones las menciones o el tipo de información negativa que se esté masificando en el ecosistema digital (redes sociales, portales, blogs, grupos o comunidades digitales).

5.1.3 De comunicaciones de crisis.

- Las situaciones de crisis serán declaradas por el Comité de Manejo de Crisis.
- El rol del/la Jefe(a) de Comunicaciones ante cualquier situación de crisis, deberá ser el de líder en el proceso de validación de la respuesta que se dará a las audiencias ante el Comité de Manejo de Crisis.

- Cuando el Comité de Manejo de Crisis lo considere necesario, la posición definida con respecto a la crisis se debe informar a Naturgas, a fin de que exista coherencia en la información suministrada a las audiencias interesadas, en caso de que sean abordados.
- Todas las comunicaciones que se produzcan en una crisis, no importa su clasificación, deberán contar con el visto bueno del/la Gerente(a) General y la Gerencia de Asuntos Corporativos.
- Los(as) voceros(as), previamente definidos(as) y preparados(as), serán designados(as) para dar declaraciones públicas o entregar información, según los parámetros establecidos en el Comunicaciones en momentos de Crisis.
- En caso de que las personas que se encuentren en el lugar de los hechos no sean voceros(as), cuando sean abordados(as) por los medios de comunicación deben responderles con base en el siguiente guion: “La prioridad para Surtigas en este momento es gestionar en forma efectiva la crisis, agradecemos su comprensión y con mucho gusto sus inquietudes serán atendidas a través de la Jefatura de Comunicaciones a través del correo electrónico o el número de teléfono: (Correo y número celular de la Jefatura de Comunicaciones).
- Es importante resaltar que, para temas puntuales de crisis operativas, servirán como voceros(as), el/la Jefe(a) de HSE e Interventoría y el/la Jefe(a) Técnico de Distrito, previa validación y preparación de la información con la jefatura de comunicaciones y atendiendo los lineamientos que resulten del comité de crisis.
- Ante la ocurrencia de incidentes y crisis, el Comité de Manejo de Crisis decidirá el momento oportuno para comunicar lo sucedido al público interno, de manera clara y precisa, bajo ninguna circunstancia, el personal interno debe dar declaraciones o proporcionar información sobre hechos internos.
- En caso de que las personas que se encuentren en el lugar de los hechos no sean voceros, cuando sean abordados por los medios de comunicación deben responderles con base en el siguiente guion: “La prioridad para Surtigas en este momento es gestionar en forma efectiva la crisis, agradecemos su comprensión y con mucho gusto sus inquietudes serán atendidas a través de la Jefatura de Comunicaciones en los números telefónicos vigentes.
- Las crisis de impacto alto de Surtigas deben ser informadas de inmediato por el/la Gerente(a) General al/a la Vicepresidente(a) de Negocios de Transporte o al/a la Vicepresidente(a) de Distribución, según corresponda, al/a la Vicepresidente(a) de Asuntos Corporativos/Secretario(a) General y al/a la Gerente(a) de Comunicaciones Corporativas de Promigas, y las decisiones sobre su manejo se tomarán conjuntamente y de acuerdo con sus respectivos lineamientos de administración de crisis.

5.2 RESPONSABILIDADES DE LA JEFATURA DE COMUNICACIONES.

El proceso de Gestión de Comunicaciones es un proceso transversal y de apoyo a toda la organización y como tal debe contribuir a la efectiva toma de decisiones, al establecimiento e implementación de estrategias que propendan por el logro de los objetivos trazados y al fortalecimiento de la cultura organizacional.

Entre sus principales funciones están:

- Administrar las relaciones y las comunicaciones con los medios de comunicación.
- Establecer, divulgar y administrar los lineamientos de imagen que se deben utilizar en todas las publicaciones visuales e impresas de alto impacto corporativo.

- Proteger el portafolio de las marcas “Surtigas” y de las marcas vinculadas asesorando y dando los lineamientos para su correcto uso; supervisando el cumplimiento del mismo.
- Revisar todos los documentos de carácter corporativo que emitan las diferentes dependencias de Surtigas, a fin de garantizar el cumplimiento de los lineamientos establecidos en esta Política.
- Hacer seguimiento permanente a las publicaciones de los distintos medios de comunicación que relacionen a Surtigas a través del reporte generado por la compañía contratada para el monitoreo de medios con el objetivo de tener conocimiento inmediato de las noticias que se generen y poder reaccionar oportunamente en caso de ser necesario.
- En caso de reportarse la publicación de una noticia de carácter negativo y que pueda afectar la reputación de la compañía, se evaluará la procedencia de ésta, el tipo de medio que lo publica y su credibilidad y validez con el fin de revisar con la alta dirección si se toman medidas adicionales de respuesta y manejo.
- Organizar los eventos de alto impacto corporativo, bien sean internos o externos, liderados por la misma Jefatura de Comunicaciones o por cualquier otra dependencia de la organización, a fin de propender por la imagen corporativa y el protocolo adecuado.
- Prestar asesoría en comunicaciones corporativas a las diferentes dependencias de la organización en el establecimiento y desarrollo de estrategias, tácticas y actividades acordes a sus propias necesidades y a las de las audiencias con quienes estas interactúan.
- Informar a los contratistas y proveedores, conjuntamente con la dependencia responsable de los respectivos contratos, acerca de la norma de declaraciones generales a la comunidad sobre los trabajos que realizan en nombre de Surtigas, así como a los medios de comunicación, en caso de que les sea requerida.
- Administrar la intranet y la página web de Surtigas y además servir como asesores a los administradores de secciones con el uso de la herramienta.
- Aprobar cualquier mecanismo o forma de comunicación con las audiencias internas y externas, creado por las dependencias de la organización.
- Monitorear las noticias que sobre Surtigas divulgan los medios de comunicación.
- Diseñar, proponer e implementar estrategias y tácticas para el manejo de medios, con base en los resultados de investigaciones y monitoreos realizados.
- El/la Jefe(a) de Comunicaciones, en conjunto con el/la Coordinador(a) de Comunicaciones, semanalmente revisan el estado de las actividades planeadas en el área para garantizar que se ejecuten dentro de las fechas propuestas y se alcancen los objetivos trazados.
- Se socializan los documentos relevantes del área, se hace entrega a los(as) nuevos(as) colaboradores(as) de las herramientas necesarias para el buen uso de la marca y lo mismo se hace con los contratistas; esto último se hace a través de capacitaciones y envío de información a través del boletín SurtiNotas.

5.3 CANALES DE COMUNICACIÓN

Disponemos de los siguientes canales para comunicarnos con nuestros grupos de interés:

- Comité Ejecutivo

- Comité de Gerencia
- Equipos de Mejoras Continua (EMC)
- Intranet
- Página web
- Eventos corporativos
- Diálogos con grupos de interés
- Asamblea General de Accionistas
- Junta Directiva
- Informe Anual de Gestión y Sostenibilidad
- Publicaciones informativas
- Redes Sociales LinkedIn, Youtube, Instagram y Facebook de Surtigas
- SumApp
- Correo electrónico
- Surtinotas

5.4 REVISIÓN, APROBACIÓN Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN

En el siguiente cuadro se establecen los diferentes tipos de información objeto de divulgación y los cargos de la organización responsables de revisarla, aprobarla y difundirla:

Tipo de información	Visto bueno previo	Aprobación	Colaborador(a) responsable de la divulgación
Comunicados de prensa * Depende del tema si corresponde a datos y fechas por confirmar.	- Jefe(a) de la dependencia que suministra la información. - Gerente(a) Corporativo respectivo según el tema. - Gerente(a) de Asuntos Corporativos según la naturaleza del tema*	- Gerente General o en su ausencia el Gerente(a) Corporativo respectivo según el tema	- Jefe(a) de Comunicaciones
Comunicados de prensa relacionados	- Gerente(a) de Asuntos Corporativos - Gerente(a) General - Gerentes(as)	- Comité de Comunicaciones para Manejo de Crisis.	- Jefe(a) de Comunicaciones

Tipo de información	Visto bueno previo	Aprobación	Colaborador(a) responsable de la divulgación
con situaciones de crisis			
Información relevante al mercado	- Gerente(a) General - Gerente(a) de Asuntos Corporativos - Gerentes(as) - Jefe(a) de Comunicaciones. -	- Gerente(a) General - Gerente(a) de Asuntos Corporativos - Gerentes(as) -	- Coordinador(a) de Asuntos Corporativos
Divulgación de estados financieros trimestrales	- Gerente(a) Administrativo y Financiero - Director(a) de Planeación - Gerente(a) de Asuntos Corporativos - Revisor(a) Fiscal	- Junta Directiva	- Gerente(a) de Asuntos Corporativos como información relevante a la Superintendencia Financiera, si existe información objeto de divulgación según el Decreto 2555 de 2010. - Gerente(a) Administrativo y Financiero como reporte electrónico a la Superintendencia Financiera - Gerente(a) de Asuntos Corporativos en el Informe de Gestión.
Divulgación de estados financieros anuales	- Gerente(a) Administrativo y Financiero - Director(a) de Planeación - Jefe(a) de Planeación - Junta Directiva - Revisor(a) Fiscal	- Asamblea General de Accionistas	- Oficial de cumplimiento (información relevante a la Superintendencia Financiera). - Gerente(a) Administrativo y Financiero.
Publicaciones y presentaciones corporativas	- Gerente(a) de La dependencia de acuerdo con la relevancia del tema por su impacto en la organización y lo somete a revisión por parte de la Jefatura de Comunicaciones.	- Gerente(a) de dependencia de acuerdo con la relevancia del tema lo somete a autorización del/la Gerente(a) General.	- Funcionario(a) a cargo de la publicación / presentación. - Nota: todas las publicaciones / presentación es para escenarios externos deben estar elaboradas en formato protegido, ejemplo pdf.

Tipo de información	Visto bueno previo	Aprobación	Colaborador(a) responsable de la divulgación
Documentos de posición y de preguntas y respuestas ante medios de comunicación	- Gerente(a) General - Gerente(a) Corporativo respectivo según el tema - Jefe(a) de Comunicaciones.	- Gerente(a) de Asuntos Corporativos y Gerente General.	- Vocero(a) definido de acuerdo con el tema y escenario que se presente.
Informes anual, semestral y trimestral de gestión y sostenibilidad	- Gerencia Financiera y Administrativa. - Jefatura de Comunicaciones - Jefatura de Sostenibilidad y Medio Ambiente - Gerencia de Asuntos Corporativos	- Gerente(a) General - Junta Directiva. - Asamblea General de Accionistas	- Gerente(a) de Asuntos Corporativos. - Jefe(a) de Comunicaciones

**El visto bueno previo dependerá del tema del comunicado de prensa. Si el comunicado contiene información de data deberá ser validada por el área correspondiente.*

5.5 INFRACCIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Cualquier infracción de esta Política será manejada por el/la Gerente(a) de Asuntos Corporativos y el Oficial de Cumplimiento.

5.6 ADMINISTRACIÓN DE LA POLÍTICA

La Política de Comunicaciones Corporativas es administrada por el/la Jefe(a) de Comunicaciones de Surtigas, quien la debe revisar y ajustar cuando sea necesario. Cualquier cambio en esta Política debe contar con el visto bueno previo del/la Gerente(a) de Comunicaciones Corporativas de Promigas, el visto bueno del/la Gerente(a) de Asuntos Corporativos y la aprobación del/la Gerente(a) General.

6. ANEXOS

ANEXO 1. VOCEROS AUTORIZADOS

- Gerente(a) General.
- Gerente(a) de Asuntos Corporativos.
- Gerente(a) Comercial.
- Gerente(a) de Operaciones.
- Gerente(a) Administrativo y Financiero.
- Gerente(a) de Zona
- Director(a) Ejecutiva Fundación Promigas
- Jefe(a) de Sostenibilidad y Medio Ambiente
- Jefe(a) de Comunicaciones

En la herramienta KAWAK aparecen los(as) colaboradores(as) que participaron en la revisión y aprobación del presente documento, los cuales hacen constar que recibieron documentación e información previa para tal efecto y que el documento está adecuado a las actividades y prácticas de la organización.

ANEXO A

REGISTRO DE CAMBIOS AL DOCUMENTO					
FECHA	VERSION	PAGINA	SECCIÓN	CAMBIOS EFECTUADOS	INCORP ORO
11/ene/2023	10	Todas	Todas	Se agrega el numeral 5.1.2 "Redes Sociales". Se agrega en el numeral 5.1.3 "De comunicaciones de crisis" el siguiente párrafo: "•Es importante resaltar que, para temas puntuales de crisis operativas, servirán como voceros, el Jefe de HSE e Interventoría y el Jefe Técnico de Distrito, previa validación y preparación de la información con la jefatura de comunicaciones y atendiendo los lineamientos que resulten del comité de crisis". Se actualiza el numeral 5.3 "Canales de comunicación". Se actualizan los voceros descritos en el numeral 6 "Anexos". Se cambia versión y fecha de vigencia según solicitud con Id. 11864	Cristian Salazar
22/04/2024	11	Todas	Todas	Se revisó el documento y se adicionó en el numeral 5.1.1 "Generales" las siguientes condiciones: "Garantizar que los contenidos de las campañas publicitarias, piezas de comunicación producidas y cualquier mecanismo de comunicación, interno o externo, están libres de sesgos de género, lenguaje sexista y discriminatorio. •Verificar y promover el uso de imágenes y lenguaje incluyente y no sexista en los distintos mecanismos de comunicación, interna y externa, de la empresa u organización (manuales, procedimientos, formatos, instructivos y guías). • Asegurar que en los anuncios de comunicación interna y externa se incluyan imágenes de mujeres y hombres de manera equitativa, evitando la utilización de imágenes que sugieran estereotipos sexistas, culturales o intolerantes. • Implementar acciones concretas para que, en las comunicaciones internas y externas de la organización, se promueva la equidad de género como un mecanismo de desarrollo económico, social, empresarial y de mercado. • Eliminar el uso de imágenes o mensajes que posiciona a las mujeres como seres inferiores, objetos transables y sexuales. Se cambia versión y fecha de vigencia según solicitud con Id. 13261	Andrés Velasquez

26/04/2025	12	Todas	Todas	Se revisó el documento y se realizaron los siguientes cambios: Se actualizó la definición de "Imagen", se eliminó la definición "Roadshow". En el numeral 4 de "Condiciones Generales" se eliminaron los principios "Informar rápida y periódicamente", "Decir la verdad" y "Mostrar Preocupación por el Ser Humano". Se reemplazó "Las empresas vinculadas" por "Surtigas". En el numeral 5.1.1 "Generales" se incluyó el texto "Surtigas mantendrá libre el manejo de las comunicaciones de carácter publicitaria y comercial, orientadas a sus usuarios finales. Sin embargo, informará a Promigas a través de su Jefatura de Comunicaciones, sobre cualquier evento, situación de crisis u otro suceso o incidente que se presente a el fin de alinearse con el corporativo." Y se eliminaron los textos "Para las empresas del GEN Distribución, éstas mantendrán libre manejo de las comunicaciones de carácter institucional, publicitaria y comercial, orientadas a sus usuarios(as) finales. Sin embargo, deberán tener en cuenta e informar a Promigas a través de su Gerencia de Comunicaciones Corporativas, sobre cualquier evento, situación de crisis u otro suceso de mayor relevancia con el fin de alinearse con el corporativo" y "Cuando la Bolsa de Valores de Colombia o la Superintendencia Financiera soliciten una declaración pública por parte de Promigas o sus empresas vinculadas frente a un rumor de mercado que esté influyendo o tendría la posibilidad de influir en el comportamiento de la acción de la compañía, el/la determinará la respuesta adecuada solo cuando no se haya constituido en una crisis o vaya en ese camino; en caso contrario, la decisión sobre la comunicación deberá ser tomada por el Comité de Manejo de Crisis." En el numeral 5.1.2 "Redes Sociales" se incluyó en el punto uno la frase "a través de los canales oficiales" y se incluyó el texto "El Community Manager o la persona encargada de la gestión digital de comunicaciones de Surtigas debe informar activamente a la Jefatura de Comunicaciones las menciones o el tipo de información negativa que se esté masificando en el ecosistema digital (redes sociales, portales, blogs, grupos o comunidades digitales)." En el numeral 5.1.3 "Comunicaciones de Crisis" se eliminó "en los números telefónicos vigentes (fijo y celular de la Jefatura de Comunicaciones)" y se incluyó "a través del correo electrónico o el número de teléfono: (Correo y número celular de la Jefatura de Comunicaciones)", se incluyó el texto "En caso de que las personas que se encuentren en el lugar de los hechos no sean voceros, cuando sean abordados por los medios de comunicación deben responderles con base en el siguiente guion: "La prioridad para Surtigas en este momento es gestionar en forma efectiva la crisis, agradecemos su comprensión y con mucho gusto sus inquietudes serán atendidas a través de la Jefatura de Comunicaciones en los números telefónicos vigentes." En el numeral 5.2 "Responsabilidades de la Jefatura de Comunicaciones" Se reemplazó "Brilla" por "las marcas vinculadas" y se eliminó la frase "Este proceso estará se realizará por parte de el/la Gerente(a) de	Andrés Velasquez
------------	----	-------	-------	--	------------------

				Comunicaciones Corporativas y/o el/la profesional a cargo del tema." También se eliminaron los textos "Liderar el Equipo de Comunicación de Crisis, validando con el Comité de Manejo de Crisis la respuesta que se dará a las audiencias ante cualquier situación de crisis." Y "Se efectúa la validación, aprobación y seguimiento a las publicaciones de contenido interno y externo, programado en la planeación estratégica del área de Comunicaciones y se actualiza la matriz de contenido respondiendo a las necesidades del negocio". En el numeral 5.3 "Canales de Comunicación" se eliminaron los siguientes grupos de interés "Grupo de Whatsapp Para Contratista", "Boletín Para Contratistas", "Redes Sociales de Brilla" y se incluyeron Instagram y Facebook como Redes Sociales y "Correo Electrónico" y "Surtinotas" En el numeral 5.4 "Revisión, Aprobación y Divulgación de Información" se incluyó en "Comunicados de Prensa" la frase "Depende del tema si corresponde a datos y fechas por confirmar". En "Información relevante al mercado" se actualizaron los cargos del Colaborador Responsable de la Divulgación. Se incluyó al final del numeral la Nota "El visto bueno previo dependerá del tema del comunicado de prensa. Si el comunicado contiene información de data deberá ser validada por el área correspondiente." Se cambió Versión y Vigencia según solicitud Id 14456	
--	--	--	--	--	--