

## Relacionamiento con nuestros grupos de interés

### Objetivo

La sostenibilidad en ISA y sus empresas, es un enfoque de negocios que le permite a la empresa de manera responsable, transparente y ética gestionar las oportunidades, impactos y riesgos económicos, medioambientales y sociales. Con el fin de crear valor para sus grupos de interés, mantener su ventaja competitiva y contribuir al desarrollo de las sociedades donde tiene presencia.

Con esta premisa buscamos que el relacionamiento con nuestros grupos de interés se de en un marco de crecimiento para las partes interesadas.

Valoramos el diálogo, pues es el escenario por excelencia para conocer desde la voz de los grupos de interés nuestros logros, puntos de mejoramiento y acciones comunes que agregaran valor a la relación establecida desde el reconocimiento del otro y sus aportes a la Organización.

### Nuestros Grupos de interés

Los grupos de interés, son conjuntos de personas, organizaciones e instituciones con quienes la empresa construye y comparte intereses comunes; cuentan con claridad visible y legítima en los intereses bidireccionales de la relación con la empresa, con capacidad de impacto significativo sobre la sociedad y sobre la empresa misma. ISA respeta y reconoce a sus grupos de interés y los incorpora en su modelo de gestión, formulando compromisos con cada uno de ellos.

Los compromisos establecidos con estos grupos, están fundamentados en las políticas empresariales, recogen los principios del marco de actuación y constituyen nuestra cadena de valor:

- Con los Trabajadores: Atraer, desarrollar y retener el talento humano de ISA y sus empresas en un marco de relaciones de trabajo claras, respetuosas, equitativas y justas que generen un ambiente de confianza y el desarrollo integral en los aspectos humano, laboral y social.
- Con los Accionistas e inversionistas: Crecer con rentabilidad, mantener prácticas de buen gobierno y asegurar la sostenibilidad de la Empresa.
- Con los Clientes: prestar servicios con calidad, oportunidad a precios competitivos, orientados a satisfacer sus necesidades y construir con ellos relaciones de largo plazo.
- Con la Sociedad: Realizar una gestión social integral y vincularse como actor relevante en la construcción de un entorno favorable para el desarrollo.
- Con el Estado: Respetar y promover el Estado de Derecho, contribuir a la construcción de un entorno favorable a la prestación de los servicios; promoviendo la transparencia y las reglas claras.
- Con los Proveedores: Brindar un trato transparente y equitativo, fundamentado en criterios de eficiencia y competitividad.

Ver grupos de interés

Español: <https://www.isa.co/es/valor-sostenible/grupos-de-interes/>

Inglés: <https://www.isa.co/en/sustainable-value/stakeholders/>

## Guía de relación

Con nuestros grupos de interés buscamos

- Promover relaciones éticas, transparentes, constructivas y respetuosas de los derechos humanos.
- Generar canales de comunicación que proveen información y aseguran espacios de diálogos.
- Fortalecer las relaciones basadas en la confianza y la legitimidad.
- Propiciar un mayor involucramiento para crear oportunidades de diálogo entre la empresa y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización.
- Suministrar de forma oportuna información de interés público
- Contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar
- Integrate the relevant contributions identified by Stakeholders in the company strategy;

## Espacios de interacción

ISA y sus empresas a través del relacionamiento busca generar relaciones edificantes para las partes desde diferentes instancias:

*Diálogos con grupos de interés:* la gestión de sostenibilidad implica un comportamiento transparente y ético que toma en consideración las expectativas de los grupos de interés, respecto a la actuación de la empresa, a su comportamiento y al modo como ésta atiende y aborda los impactos. Las expectativas pueden o no estar alineadas con los intereses y objetivos empresariales, por esto las empresas realizarán un evento o propiciarán un espacio dentro de los ya establecidos con los grupos de interés, en el que les brinden la oportunidad de conocer detalles de la gestión de sostenibilidad y expresar su percepción sobre la misma

*Encuentros trimestrales con inversionistas:* encuentros presenciales con el CEO y CFO de la Compañía, la alta gerencia, y la comunidad de inversionistas, donde se comparte información relevantes y de tendencias que muestra el cuidado de las inversiones de largo plazo

*Asamblea general de accionistas:* la Asamblea General de Accionistas y la Junta Directiva son los principales órganos de dirección y administración de la Compañía, ellos toman decisiones en pro del futuro y consolidación de los negocios de ISA para generar rentabilidad y valor a sus Accionistas.

*Memoria de sostenibilidad:* principal medio para comunicar la información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de la organización, mostrar impactos positivos y negativos, y evidenciar los acontecimientos que influyeron en la política de la organización, su estrategia y sus operaciones durante el periodo de reporte

## **Medición**

*Evaluación y seguimiento:* reconocer el estado de la actuación empresarial y el logro de los objetivos pactados con los grupos de interés, requieren evaluar desde el seguimiento a los indicadores de gestión, están vinculados tanto a las metas de los objetivos de sostenibilidad corporativos, como a los indicadores estratégicos asociados a los objetivos del Cuadro de Gestión Integral y a los indicadores asociados a la Memoria de Sostenibilidad definidos por el GRI.

*Encuesta de favorabilidad:* esta medición permite identificar nuestro nivel de involucramiento con los grupos de interés, evaluar la materialidad, los contenidos de la Memoria de sostenibilidad, las prácticas de la empresa y la coherencia entre nuestra filosofía y el hacer, y la efectividad de la comunicación.

*Encuesta de reputación:* Supuestos, percepciones y creencias de los públicos clave, sobre lo que es una organización de manera integral, cómo se comporta, cómo trabaja y en qué cree. Nuestro modelo de Gestión Integral de Riesgos establece que la reputación es uno de sus activos estratégicos que deben ser protegidos ante la materialización de cualquier riesgo

## **Estrategia para el relacionamiento**

Definición y desarrollo de la estrategia de relacionamiento corporativa

- Diálogo interno permanente, flujo en la información y en las comunicaciones.
- Monitoreo de riesgos del entorno y mapeo de actores
- Construcción de la agenda conversacional propositiva y proactiva
- Aprovechar y optimizar oportunidades relacionales
- Contribuir al posicionamiento y a la construcción de reputación.

## **Pilares**





### Macro temas

Identifica aquellos elementos clave que permite apalancar la gestión del relacionamiento institucional para liderar conversaciones en torno a los objetivos estratégicos de ISA y construir CONEXIONES QUE INSPIRAN:

### Corporativo

Desde la casa matriz se gestionan 4 macrotemas, en los que se mapea los grupos de interés y públicos clave:

- Nuevos negocios: Gobierno, gremios
- Temas corporativos: Gobierno, gremios, academia, ONG, organizaciones internacionales
- Temas internacionales: gremios, academia
- Regulación de proyectos: autoridades nacionales y locales, gobierno

### **Filiales**

- Mercado: clientes
- Regulación: regulador, Congreso, trade associations, instituciones internacionales
- Contexto social y territorial: comunidades del área de influencia, medios, autoridades locales, ONG

### **Áreas de gestión**

*Alta Gerencia y gobierno:* aseguran el involucramiento de factores de sostenibilidad en el desarrollo de la estrategia empresarial y velar por la agregación de valor para los grupos de interés.

*Vicepresidencia de Relaciones Institucionales:*

- Identificar alertas del entorno que puedan ser riesgos u oportunidades
- Estructuración de perfiles y documentos de interés.
- Construir las agendas y el esquema de relacionamiento.
- Consolidar la red de relacionamiento.
- Ser guardianes del relacionamiento, mantener la trazabilidad y la transversalidad y compartir lecciones aprendidas

*Dirección de sostenibilidad Corporativa:* genera la identificación y lineamientos para la gestión con los grupos de interés, propicia los espacios de diálogo y el mejoramiento a través del referenciamiento e implementación de buenas prácticas.

*Dirección de Comunicaciones Corporativa:* encarga del posicionamiento de la Compañía, gestión de la reputación, del relacionamiento con medios de comunicación, manejo y disposición de contenidos de las redes sociales, programación y participación de eventos.

*Áreas de relacionamiento directo:* son las direcciones que tienen en su misión la gestión de los compromisos con los grupos de interés; en este sentido facilitan la concertación de compromisos con ellos y realizan el debido seguimiento.

