

1. PROPÓSITO Y ALINEACIÓN ESTRATÉGICA

En AE Colombia, alineados a nuestra misión y a nuestro Sistema Integrado de Gestión (SIG), reconocemos que la sostenibilidad y la generación de valor sólo son posibles al integrar activamente las expectativas de nuestros grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, comunidad y el entorno ambiental y regulatorio. Esta política responde a nuestro compromiso de transformación digital responsable, innovación sostenible y transparencia.

2. MODELO DE GOBERNANZA DE PARTES INTERESADAS

La Dirección Estratégica define y supervisa la interacción con grupos de interés, asegurando su participación en la planeación, gestión y control de los proyectos, así como en la verificación continua de objetivos.

El SIG establece, documenta e implementa mecanismos para garantizar la satisfacción de partes interesadas internas y externas, alineando esta gestión con nuestras políticas integradas de calidad, ambiente y SST.

3. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE PARTES INTERESADAS

La identificación y priorización se basa en la matriz corporativa, clasificando cada grupo según criterios de:

- Impacto económico y reputacional,
- Participación en la operación y/o estrategia,
- Poder de decisión,
- Capacidad de poner en riesgo el nombre de la organización.

3.1 Grupos y actores principales:

- **GI Internos:**
 - Alta dirección: CEO, directores.
 - Empleados: consultores, desarrolladores, personal administrativo.
- **GI Externos:**
 - Clientes de consultoría y desarrollo (sector público y privado).
 - Proveedores tecnológicos y de bienestar, consultores externos, proveedores de insumos.

- Entidades gubernamentales y de control (Superintendencias, Ministerios, DIAN, autoridades locales).
- Comunidad: vecinos, organizaciones y poblaciones cercanas a los servicios.
- Entidades financieras: bancos, corporaciones nacionales.
- Entes certificadores: organismos de acreditación y de sistemas de gestión.

3.2 Priorización: La matriz asigna niveles (Estratégico, Clave, Complementario) según puntuación objetiva de influencia e impacto, revisada mínimo una vez por año o ante cambios sustanciales en el entorno.

4. CONSIDERACIÓN DE INTERESES Y GENERACIÓN DE VALOR

- Recogemos necesidades y expectativas a través de encuestas de satisfacción, reuniones, comités, canales digitales y comunicaciones oficiales.
- Incorporamos temas materiales (calidad, transparencia, salud y bienestar, sostenibilidad, innovación), al plan estratégico y los objetivos del SIG.
- Buscamos valor compartido: bienestar y desarrollo para los empleados, relaciones justas y duraderas con proveedores, mejores soluciones para clientes, cumplimiento y ética frente a reguladores, responsabilidad con la comunidad y el ambiente.

5. MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

- **Empleados y Alta Dirección:** Reuniones periódicas, grupos de chat corporativos (Google, WhatsApp), capacitaciones, encuestas de clima laboral y bienestar, comunicación digital/documental.
- **Clientes:** Encuestas de satisfacción, canales de comunicación (email, web), reuniones de seguimiento, atención a solicitudes y reclamaciones.
- **Proveedores:** Reuniones comerciales, comités de seguimiento contractual, comunicaciones digitales claras.
- **Comunidad:** Comunicados, canales disponibles para consultas, alineación con proyectos de desarrollo local.

6. DIVULGACIÓN Y MEJORA CONTINUA

- Divulgación interna de la política a través de medios digitales, capacitaciones y publicaciones en la intranet.
- Comunicación externa a grupos relevantes y bajo solicitud.
- Seguimiento documental: actas, reportes, matrices firmadas, evidencias de consulta y respuesta.
- Revisión al menos anual o cuando haya cambios relevantes de contexto, con aprobación formal de la Dirección Estratégica.



Camilo Ruiz Castro

CEO