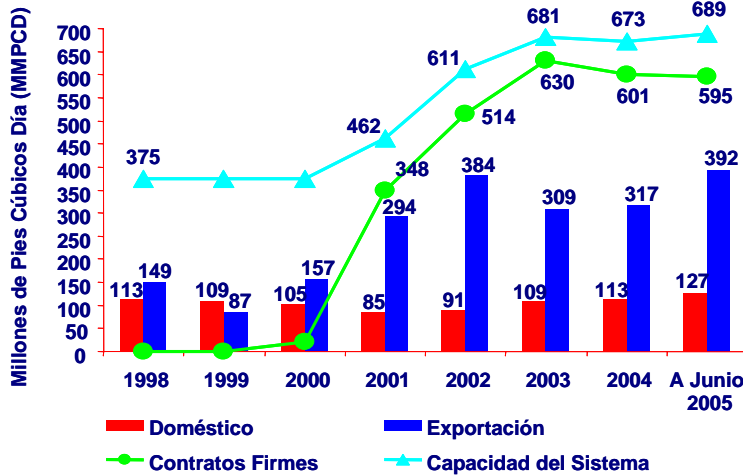


Volumen de Gas Natural Transportado

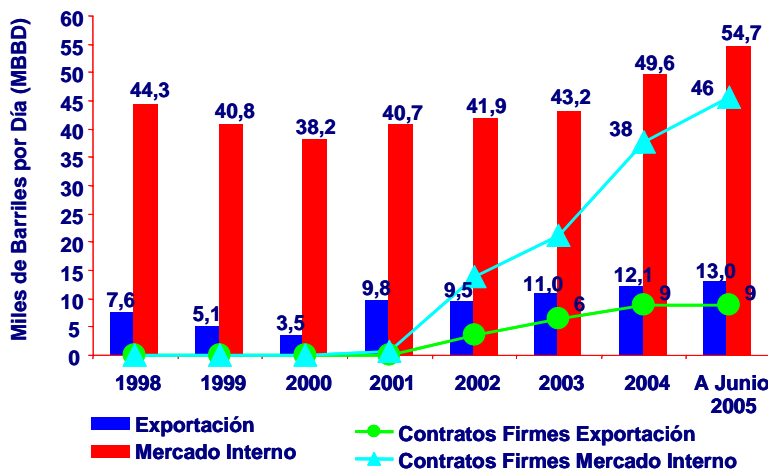


El gráfico muestra los volúmenes de gas natural transportado para ambos mercados, exportación y doméstico.

Los volúmenes promedio transportados al mercado doméstico aumentaron durante la primera mitad del 2005, impulsados por la demanda de energía térmica. El segmento de gas natural comprimido (GNC) también está experimentando un rápido crecimiento (más del 30% al año) y alcanza a más del 10% de la demanda de gas del mercado doméstico. Anticipamos que este crecimiento en la demanda del mercado doméstico continuará el resto del año.

Los volúmenes de exportación se beneficiaron con la incorporación del campo Tacobo (Pluspetrol) y con la fuerte demanda de Brasil y Argentina. Sin embargo, retrasos en la expansión de capacidad del sistema de gasoductos a la Argentina podrían limitar la expansión en las entregas a mercados de exportación. El servicio a mercados de exportación no fue interrumpido durante los conflictos sociales de Mayo y Junio.

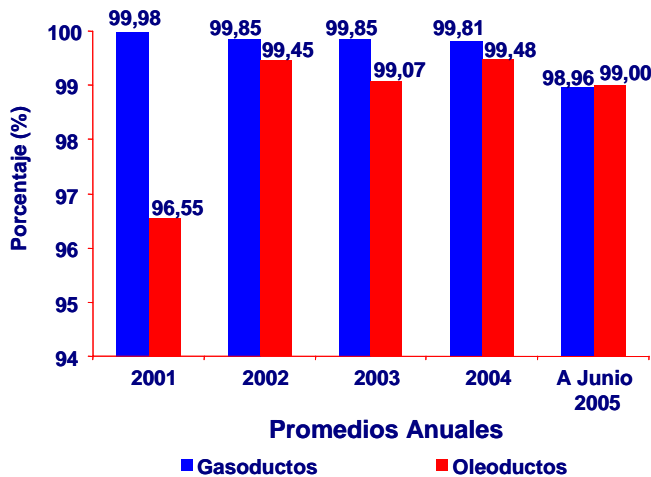
Volúmenes de Líquidos Transportados



El gráfico muestra los volúmenes de líquidos transportados para ambos mercados, exportación y doméstico.

El aumento en la producción de gas y líquidos asociados continuó durante el 2005. El oleoducto OCC ya se encuentra en servicio y la expansión del sistema Líquidos Sur se encuentra en su fase final. Los cargadores han solicitado capacidad incremental en el sistema Sur y se está considerando una expansión de 28.5 MBBD a 30.5 MBBD.

Disponibilidad del Sistema



La Disponibilidad del Sistema se obtiene restando las horas en las que una estación o línea no está disponible para operaciones, del total de las horas del mes, y multiplicando este resultado por el peso específico del ducto. El peso específico del ducto es calculado, sumando cada uno de los pesos específicos de los diferentes tramos de acuerdo a su importancia. Los porcentajes ilustrados representan la disponibilidad promedio del sistema de transporte de hidrocarburos por ductos de Transredes que ha estado disponible para otorgar servicio a sus clientes.

La disponibilidad de los sistemas de transporte de gas y líquidos mantienen un alto nivel de continuidad, reflejando el éxito de los programas operativos y de mantenimiento de Transredes.

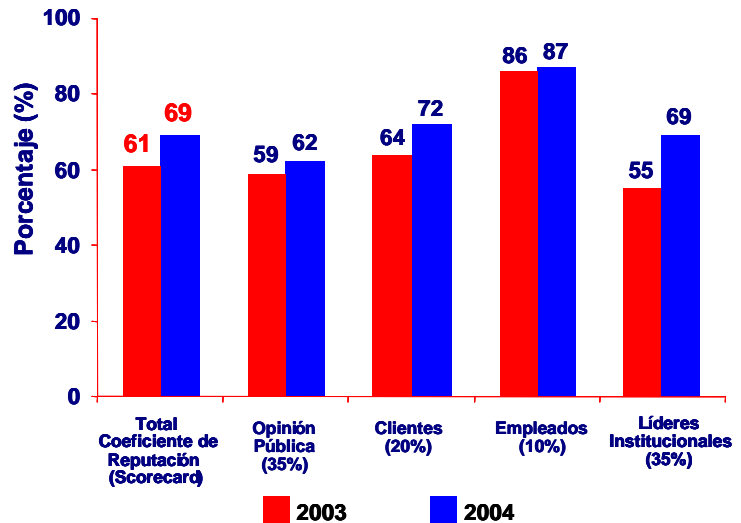
Coefficiente de Reputación (Scorecard) Transredes S.A. al 31 de diciembre 2004

El Coeficiente de Reputación de Transredes, se basa en seis dimensiones: desempeño financiero, productos y servicios, visión y liderazgo, ambiente de trabajo, apelativo emocional y responsabilidad social, de acuerdo a la metodología del "Reputation Institute". Estas dimensiones son medidas a través de encuestas y entrevistas a nuestros principales públicos, entre los que se encuentran empleados, clientes y líderes institucionales.

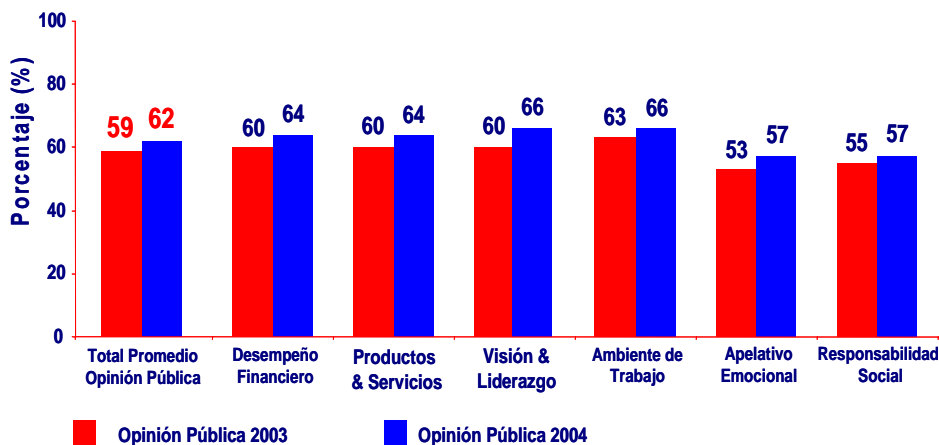
El coeficiente es calculado agregando las respuestas individuales de 20 atributos. El estudio se realizó en las ciudades de Santa Cruz, La Paz, Oruro, Tarija, Sucre y Cochabamba.

El "Reputation Institute" ha medido reputaciones corporativas a más de 600 compañías en cinco países desde 1999. De estas mediciones las compañías de energía tienen los coeficientes más bajos, cuyos rangos oscilan entre 23% y 73%, siendo el promedio de 63.5%.

Un CR de 69% coloca a Transredes muy por encima del promedio para el sector, de acuerdo al estándar internacional. La reputación de Transredes ha mejorado significativamente de 61% a 69% entre el 2003 y el 2004 principalmente gracias a la mejora en la opinión de Líderes Institucionales (14 puntos) y Clientes (8 puntos), lo que refleja los logros de la cultura de mejora continua y compromiso con sus públicos que promueve la empresa.



Coeficiente de Reputación (Scorecard) Transredes S.A. Dimensiones Opinión Pública (35%) a diciembre 2004

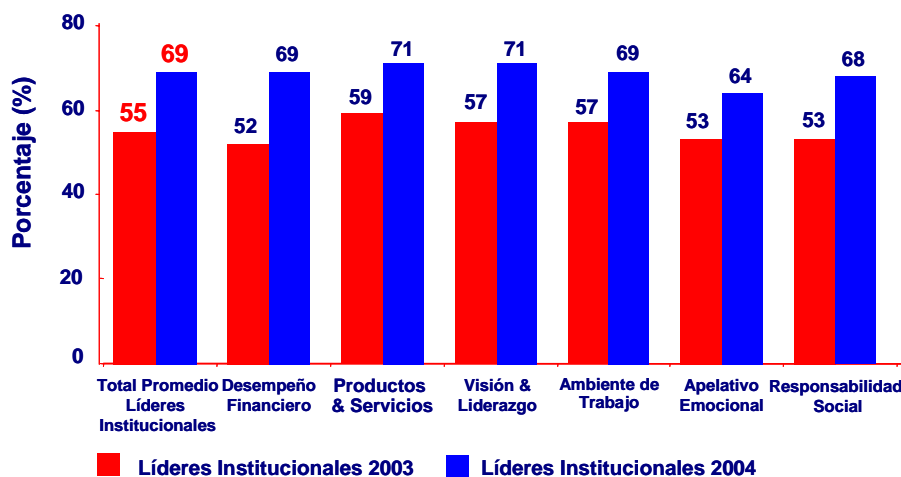


El número de participantes en la encuesta de Opinión Pública fue de 800 casos, correspondientes a 200 encuestados de Santa Cruz, 200 de La Paz y 100 en cada uno de los departamentos de Oruro, Tarija, Sucre y Cochabamba. El universo de encuestados son residentes de estas ciudades, mayores de 18 años. Un total de 25 preguntas fueron realizadas de acuerdo a las diferentes dimensiones.

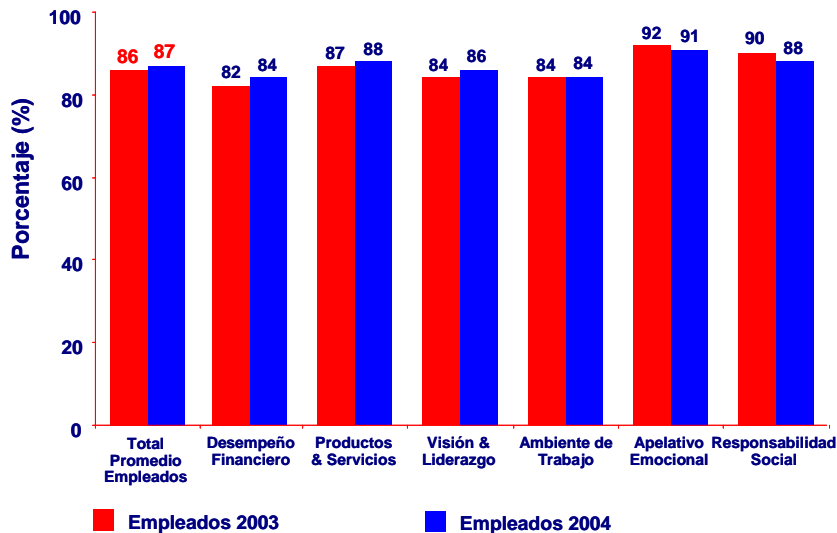
Coeficiente de Reputación (Scorecard) Transredes S.A. Dimensiones Líderes Institucionales (35%) a diciembre 2004

Los Líderes Institucionales son definidos como políticos, representantes de la sociedad civil, periodistas, proveedores, líderes sindicales, empresarios, ONG's y otros.

Los Líderes Institucionales fueron los más críticos durante la encuesta del 2003, especialmente en lo referente a aspectos relacionados con responsabilidad social, comunitaria y medio-ambiental. Este año, sin embargo, pueden observarse mejoras significativas especialmente en las percepciones de "Desempeño Financiero" y "Visión y Liderazgo".



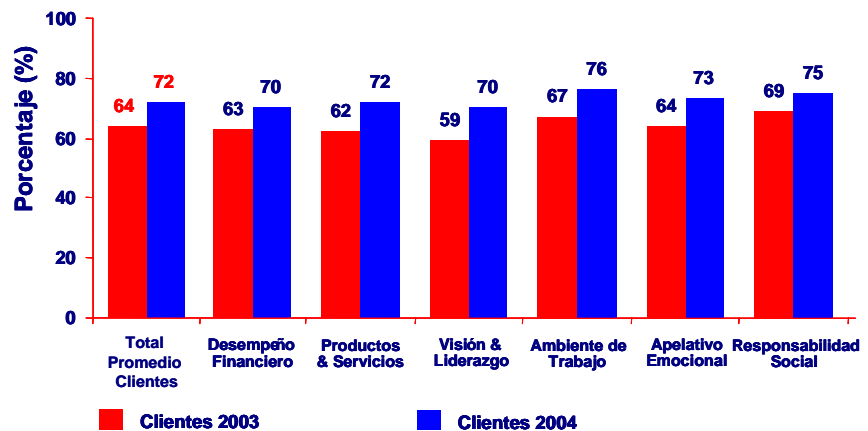
Coeficiente de Reputación (Scorecard) Transredes S.A. Dimensiones Empleados (10%) a diciembre 2004



En general, los empleados de Transredes continúan teniendo las mismas percepciones positivas tanto en el 2004 como en el 2003. Los cambios son poco significativos, excepto por mejoras menores en la percepción de "Desempeño Financiero" y "Visión y Liderazgo".

Coeficiente de Reputación (Scorecard) Transredes S.A. Dimensión Clientes (20%) a diciembre 2004

La encuesta a los clientes de Transredes, también llamados Cargadores, muestra una significativa mejora en todas las dimensiones medidas. Esto revela un aumento en el grado de satisfacción de nuestros clientes respecto a los servicios prestados por la empresa durante el 2004. Transredes considera que una mejor comunicación con sus clientes durante el 2004 ha sido en parte responsable de esta percepción.



Atributos considerados en la encuesta

Desempeño Financiero: Mejor que su competencia, registros de alta rentabilidad, parece ser una inversión de bajo riesgo, perspectivas fuertes de crecimiento.

Productos y Servicios: Alta calidad, innovación, calidad por tarifa, da soporte a sus servicios.

Visión y Liderazgo: Oportunidades de mercado, excelente liderazgo, clara visión del futuro.

Ambiente de Trabajo: Remuneración justa a empleados, buen lugar para trabajar, buenos empleados.

Apelación Emocional: Se siente bien acerca de la compañía, admiración y respeto por la compañía, confianza en la compañía.

Responsabilidad Social: Ayuda a buenas causas, responsabilidad ambiental, responsabilidad comunitaria.