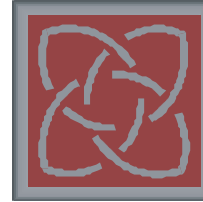




Universidad
Externado
de Colombia



ANDESCO

Asociación Nacional
de Empresas de Servicios
Públicos Domiciliarios
y Actividades Complementarias
e Inherentes

Hacia la responsabilidad Social Empresarial

Una aproximación desde el sector de los servicios públicos domiciliarios

Febrero de 2006

HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Tenemos que escoger entre un mercado mundial preocupado únicamente por las ganancias de corto plazo y uno con una cara más humana. Entre un mundo que condene a un cuarto de la humanidad al hambre y a la pobreza y uno que ofrezca al menos la oportunidad de prosperar en un ambiente sano. Entre un futuro egoísta que ignore la suerte de los perdedores y un futuro en que los fuertes y exitosos acepten sus responsabilidades, mostrando una visión y un liderazgo global.

Kofi Annan, Secretario General de Naciones Unidas, enero de 1999

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
I. Contexto conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial .2	
A. Principales definiciones	2
B. Tendencias contemporáneas: la aproximación del Pacto Mundial a la responsabilidad social empresarial	7
1. Oportunidades para contribuir al desarrollo	8
2. Beneficios para las empresas	10
II. Contexto de los servicios públicos en Colombia.....	13
A. Principales indicadores del país	13
1. Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas	13
2. Medición y perspectivas de los Objetivos del Milenio en Colombia.....	18
B. Estado de los servicios públicos en Colombia	29
III. Percepción, conceptos y acciones de la responsabilidad social en las empresas de servicios públicos	35
A. Resultado del análisis de percepción	35
1. Conocimiento de la política de Responsabilidad Social Empresarial	36
2. Percepción de las políticas de RSE	40
3. Contexto de funcionamiento de las empresas	43
B. Acciones de responsabilidad social de las empresas de servicios públicos.....	45
IV. Prospectiva de la responsabilidad social en los servicios públicos en el país	54
A. El escenario ideal.....	55
B. Estrategias para alcanzar el escenario ideal	56
C. Recomendaciones para alcanzar el escenario ideal	65
V. Principales retos y elementos para una agenda de responsabilidad social empresarial para las empresas de servicios públicos en Colombia.....	66
A. Solidaridad y cohesión social.....	66
B. Desarrollo de los 10 principios del Pacto Mundial en las empresas de servicios públicos.....	69
C. El triángulo de la acción: producto-modelo de negocio-modelo empresarial	76
D. Recomendaciones de política.....	80

INTRODUCCIÓN

Este documento presenta el resultado del estudio realizado para Andesco – Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes – sobre la Responsabilidad Social Empresarial –RSE- en las empresas afiliadas al gremio, como base para la formulación de una política general de RS en dichas empresas (ver anexo 1: empresas participantes).

Para este efecto, en la primera parte se incluye un panorama general sobre la noción de RSE, así como una aproximación a la situación de los servicios públicos domiciliarios en el país.

De la misma manera, se presentan los resultados del sondeo que establece la percepción de las empresas frente al concepto y las estrategias de responsabilidad social empresarial y las acciones socialmente responsables desarrolladas por las mismas. Dichos resultados son complementados por un ejercicio de prospectiva que establece un escenario futuro como meta para las empresas, donde las estrategias de responsabilidad social son el elemento fundamental.

Finalmente, a partir de los elementos de estudios de percepción, de las acciones en responsabilidad social que adelantan las empresas del gremio y de los resultados del ejercicio de prospectiva se proponen las orientaciones para la construcción de una agenda de Responsabilidad Social para las empresas del gremio.

I. Contexto conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial

A. Principales definiciones

A pesar de la importancia que ha adquirido, no existe una definición única sobre el concepto de responsabilidad social empresarial. La noción puede variar según la cultura corporativa de las empresas, el sector de actividad económica, la filosofía de los directivos, entre otros.

A continuación se presentan algunas definiciones de responsabilidad social resaltadas por la red *Corporate Social Responsibility*¹.

“La responsabilidad social no es cosmética; debe estar basada en nuestros valores. Debe hacer una diferencia en la forma como hacemos negocios”.

-- Phil Watts, Group Managing Director Royal Dutch/Shell Group.

“AT &T entiende la necesidad de una alianza global de las empresas, la sociedad y el medio ambiente. En el siglo veintiuno, el mundo no tolerará empresas que no tomen estas alianzas con seriedad, pero eventualmente recompensará a aquellas que lo hagan”.

-- Michael Armstrong, Chairman & CEO, AT&T

“La responsabilidad social no es ni una moda pasajera ni una opción extra. El interés en ella es reflejo de un cambio más profundo en las relaciones entre las compañías y sus grupos de interés, incluyendo a los consumidores. La fe en los beneficios de las utilidades para los consumidores se ha reducido a la mitad desde los años setenta como una base viable de una relación. Aquella fe se ha reemplazado por el deseo de

¹www.klapideest.aiesec.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=944/CSR+Main+Concepts.pdf

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

ver a las empresas actuando como ciudadanos activos y responsables. Empresas saludables requieren de una comunidad saludable y deben contribuir a su creación y mantenimiento”.

-- Steward Lewis, *Measuring Corporate Reputation*, 1999.

“La responsabilidad social empresarial global implica el manejo efectivo de los impactos ambientales y sociales, reales y potenciales, en las comunidades en que ellas operan y en la sociedad en su conjunto”.

-- David Grayson, President of Business in the Community in Great Britain.

“Los principios de responsabilidad corporativa global hacen un llamado a las empresas para que basen sus políticas corporativas en una visión de ellos mismos como uno de los muchos grupos de interés en la comunidad global, y para que establezcan altos estándares de conducta en relación con sus empleados, el medio ambiente y las comunidades en que ellos operan”.

-- Reverend David Schilling, Director of Global Corporate Accountability Programs for the New York based Center of Corporate Responsibility.

“Las empresas se han dado cuenta que dentro de sus intereses del negocio está el de ‘hacer lo correcto’ en todos aquellos sitios donde ellas operan. Las firmas multinacionales son conscientes de que sus intereses a largo plazo sólo pueden alcanzarse en un ambiente estable, saludable y libre, social y financieramente. Pero las compañías solas no pueden solucionar los retos asociados a la responsabilidad social. Ellos deben trabajar en cooperación con los gobiernos, la sociedad civil, instituciones de desarrollo y ciudadanos”.

--Banco Mundial

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

“La noción de responsabilidad corporativa ha contribuido a aumentar la presión en las empresas para demostrar su compromiso social, especialmente aquellas multinacionales que operan en regiones sensibles, política y ambientalmente”.

--The World Business Council for Sustainable Development

“Yo creo que parte importante en la construcción de negocios buenos y sostenibles, es la de ayudar en el establecimiento de sociedades seguras, estables y sostenibles. El negocio florece allí donde la sociedad también lo hace”.

--Peter Sutherland, exDirector General de la Organización Mundial del Comercio, Co-Director de BP-Amoco, Director de Goldman Sachs International

“Nuestra posición de medio de comunicación y compañía de entretenimiento líder en el mundo no hubiera podido alcanzarse, ni mantenerse, únicamente con el éxito en los negocios. Ella se basa igualmente en nuestra tradición de responsabilidad social y trabajo con la comunidad. En el corazón de esta empresa está nuestra determinación de hacer una diferencia, así como obtener utilidades”.

--Gerald Levin, Chairman and CEO, Time Warner, Inc.

En general y para resumir, la responsabilidad social empresarial se refiere a dos aspectos a la vez²:

- El conjunto de políticas y prácticas dirigidas a los principales grupos de interés, y
- El compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo sostenible.

² www.klapideest.aiesec.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=944/CSR+Main+Concepts.pdf

Un concepto ligado con el de responsabilidad social empresarial, es el de “ciudadanía corporativa”. Este hace referencia al papel que pueden jugar las empresas como ciudadanos activos en la sociedad junto con los particulares y de las entidades públicas, más allá de la generación de utilidades en el corto plazo.

En tal sentido, es importante resaltar que en cualquier caso, las concepciones contemporáneas de responsabilidad social la alejan de las nociones de filantropía o de cumplimiento estricto de unas reglas mínimas, para llamar la atención de las empresas para que se consoliden como actores activos en el proceso de desarrollo en alianza con los gobiernos.

Al respecto, señala el Banco Mundial: “en la medida en que el papel del sector privado se convierte en decisivo para el crecimiento global, la gobernabilidad y el desarrollo hay una fuerte necesidad de asegurar que el interés privado se armonice con el bien público. Pero ni la ciudadanía corporativa ni las alianzas público-privadas son fáciles de obtener. Uno de los principales retos es crear un ambiente propicio dentro del cual estas dos actividades interrelacionadas puedan florecer”³.

Cabe añadir que así como no existe una definición única de responsabilidad social empresarial, tampoco hay acuerdo sobre sus ámbitos de aplicación. No obstante, existen algunos puntos de encuentro entre los diferentes enfoques mereciendo particular relevancia:

³ Fuente: PSDP, PWBLF, y Banco Mundial

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

- La preocupación por la protección ambiental, más conocida como responsabilidad ambiental que se materializa en la búsqueda de la reducción del impacto ambiental de la operación de las empresas, más allá de los requerimientos mínimos legales en la materia. Este enfoque, invita a las empresas a tener en cuenta el tema ambiental en todo el proceso de producción, de acuerdo con los principios del desarrollo sostenible.
- Ambiente laboral: este ámbito se refiere a la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzado al igual que la eliminación del trabajo infantil.
- Derechos Humanos: este enfoque invita a las empresas a desarrollar prácticas que no generen efectos negativos en los derechos y la dignidad de de los empleados y las comunidades donde operan las empresas.
- Participación en la vida de la comunidad de influencia: la vinculación de las empresas con las comunidades se concreta en un amplio rango de acciones de inversión social de alto impacto o de simple filantropía empresarial.
- Educación: en la medida en que la educación es uno de los elementos principales del desarrollo humano, las empresas pueden hacer una contribución significativa para garantizar el acceso a una educación de calidad para todos, en alianza con el sector público y las organizaciones de la sociedad civil.

- Ayuda humanitaria en desastres: las empresas juegan un papel importante en el apoyo a las operaciones de ayuda humanitaria a través de las donaciones que canalizan con origen en recursos propios o provenientes de sus consumidores. Este ámbito se despliega además en el rol que pueden jugar en el desarrollo del enfoque preventivo en el manejo de desastres.

B. Tendencias contemporáneas: la aproximación del Pacto Mundial a la responsabilidad social empresarial

Para el Pacto Mundial de Naciones Unidas, el sector privado debe constituirse en beneficiario y actor del Desarrollo Humano. En este propósito se conjuga la esencia de los conceptos contemporáneos de Responsabilidad Social Empresarial, y con los que el Pacto quiere contribuir a la reflexión global sobre el tema.

La participación del sector privado en el desarrollo se puede manifestar en la combinación de ámbitos de incidencia y mecanismos de intervención que configuran el marco de trabajo, como se muestra en la siguiente matriz.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 1: ámbitos de incidencia y mecanismos de intervención del sector privado

Ámbitos / Mecanismos	Actividades propias del negocio.	Inversión social Integral.	Intervención en diálogos de política, defensa y promoción de principios.
Lugar de trabajo, mercado y cadena productiva.			
Comunidad incidente.			
Marco social y político local, nacional e internacional.			

Este marco de acción puede variar en función de determinadas características de las empresas, tales como: el sector al que pertenezca; el modelo corporativo, el tamaño y el esquema de propiedad de la empresa; la ubicación geográfica, el entorno cultural, la geopolítica, así como la inserción económica y social.

Estas variables empresariales se conjugan con las condiciones específicas sociales, económicas, políticas, culturales y medioambientales que le dan contexto a los Objetivos de Desarrollo del Milenio en cada situación particular.

1. Oportunidades para contribuir al desarrollo

Cada uno de los mencionados mecanismos a su vez se traduce en una serie de oportunidades de contribución del sector privado al desarrollo. Veamos cuales son:

a) **Actividades Propias del Negocio:** respeto a la ley, manejo de los riesgos, minimización de los impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente y creación de valor para los países y las comunidades, mediante lo siguiente:

- Producción de bienes y servicios seguros y asequibles.
- Generación de ingresos e inversiones: pago de regalías, impuestos, proveedores, etc.
- Generación de empleo y trabajo dentro de la empresa y en la cadena de producción.
- Desarrollando el recurso humano.
- Apoyo a la creación de empresa y su inserción en las cadenas de producción.
- Diseminación de los estándares y principios de responsabilidad empresarial.
- Apoyo al desarrollo y la transferencia de tecnología.
- Generación de inversión directa en infraestructura física e institucional.

b) **Inversión Social Integral:** movilizar competencias del negocio y recursos tales como dinero, productos, capacidades y recurso humano para dar apoyo o fortalecer el tejido comunitario en lo siguiente:

- Apoyo a proyectos de educación, capacitación, desarrollo juvenil, medioambiente, salud y nutrición.
- Desarrollo de las capacidades de los líderes comunitarios y de los empresarios sociales.
- Transferencia de tecnologías duras y blandas que aplique la empresa, hacia las comunidades.
- Construcción de las capacidades de gobernabilidad y la formación de opinión pública.

- Apoyo a programas de educación multicultural.
- Apoyo a iniciativas de educación electoral.
- Establecimiento y apoyo a programas de micro crédito.

c) **Diálogos de política y defensa y promoción de principios y**

derechos: Adelantar actividades individuales y colectivas para incidir en el mejoramiento del ambiente general de los negocios y producir un cambio sistémico. Esto implica:

- Trabajar con los gobiernos en la formulación, seguimiento y supervisión de las políticas públicas en asuntos sociales.
- Contribuir en la formulación de marcos regulatorios en los temas de medio ambiente, economía y participación de la sociedad civil.
- Involucrarse en diálogos globales.
- Apoyar a los gobiernos en la eliminación de la corrupción y la incorporación de políticas de rendición de cuentas, transparencia y promoción del respeto por los derechos constitucionales.
- Contribuir en el incremento de la habilidad estatal para atraer y retener inversión nacional y extranjera.
- Promover, defender e impulsar el acceso a los mercados desarrollados para los productos y servicios de los países en desarrollo.
- Promover, defender e impulsar que los mecanismos de gobierno global apoyen a los países en desarrollo.

2. Beneficios para las empresas

Este conjunto de acciones necesariamente debe conducir al logro de beneficios para la empresa. En una primera aproximación se pueden

identificar cuatro razones por las cuales el sector privado debe participar en el Desarrollo Humano, en una perspectiva de identificación entre este y los negocios, y más allá, en la manera como el mismo contribuye en la construcción de conceptos novedosos de competitividad integral y productividad sistémica. Las razones son:

a) **Invertir en un ambiente propicio y estable para los negocios.** Los beneficios para los empresarios de operar en ambientes estables y prósperos se pueden sintetizar así:

- Acceso a fuerza de trabajo competente y con alto nivel de desarrollo humano.
- Interacción con consumidores, clientes, usuarios, socios e inversores prósperos y con expectativas de calidad de vida y bienestar crecientes.
- Acceso a sistemas financieros y de comercio abiertos, regulados, predecibles y no discriminatorios.
- Disponibilidad de un sistema económico ajeno a la corrupción y de competencia adecuada con un alto índice de gobernabilidad.
- Disponibilidad de un sistema social regido por un Estado Social de Derecho con vinculación positiva del ciudadano.

b) **Manejar directamente los costos y riesgos de los negocios.** No asumir los desafíos sociales, medioambientales y culturales que se involucran en los Objetivos de Desarrollo del Milenio puede implicar una incidencia directa sobre los costos de los negocios. Algunos de ellos pueden ser:

- Incremento de los costos operativos, de materias primas y de gestión de los recursos humanos (contratación, entrenamiento, bienestar, etc.).

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

- Incremento de los costos de seguridad, aseguramiento y acceso a bienes de capital.
 - Exposición a riesgos financieros de mediano plazo.
 - Exposición a riesgos de reputación y prestigio y sus consecuencias sobre los mercados de valores.
 - Dificultades para la solución de controversias y la defensa de los derechos y propiedades empresariales.
 - Dificultades para hacer sostenible la productividad y la eficiencia de los recursos.
- c) **Aprovechar nuevas oportunidades de negocios.** Para el sector privado, el Desarrollo Humano no es un asunto exclusivo de las diferentes aproximaciones de la responsabilidad social empresarial, y no se limita a la filantropía y al cumplimiento de normas y acuerdos internacionales. También constituye un desafío a la invención y a la innovación en la producción y el ensanchamiento de mercados. Esto puede verse de la siguiente manera:
- Transformar modelos de negocios (productos, servicios, tecnologías) para afrontar los desafíos sociales, culturales y del medioambiente.
 - Escalar y canalizar las diferentes expresiones de la responsabilidad social empresarial hacia la generación de impacto real y estructural.
 - Desarrollar el concepto de Oportunidad Social Empresarial que vincula los desafíos sociales con la innovación científica y tecnológica, la creación de valor, la productividad sistémica y la competitividad integral.

- d) **Transformar los conceptos básicos empresariales.** En tanto propósito social y proceso los Objetivos de Desarrollo del Milenio son la plataforma para la transformación de algunos paradigmas empresariales que constituyen el cambio profundo. Esto incluye:
- Avance en el concepto de Economía global para el desarrollo integralmente sostenible
 - Desarrollo de una nueva visión del papel social del sector privado
 - Traducción de la competitividad integral y la productividad sistémica en nuevas perspectivas de comprensión de la riqueza y la prosperidad.
 - Avanzar en la formación de un nuevo empresariado.

II. Contexto de los servicios públicos en Colombia

A. Principales indicadores del país

1. Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas

El índice de Desarrollo Humano es una medida multidimensional del Desarrollo Humano de un país que permite medir el progreso medio de un país en tres aspectos básicos:

- Disfrutar de una vida larga y saludable, que se mide a través del indicador de esperanza de vida al nacer.
- Disponer de Educación, que se mide a través de la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en primaria, secundaria y terciaria.
- Tener un nivel de vida digno, que se mide a través del PIB per cápita.

“En síntesis, el IDH es la expresión de dos propósitos: la profundización en la comprensión del desarrollo humano y la búsqueda de una forma empírica y universalmente comprensible de medir sus logros.”⁴ En el siguiente recuadro, se presentan las dimensiones y medidas de cada uno de los tres índices:

Tabla 2: Dimensiones y medidas de los diferentes índices de desarrollo humano

Índice	Longevidad	Conocimiento	Nivel de Vida
Índice de Desarrollo Humano	Esperanza de Vida al nacer	<ul style="list-style-type: none"> - Alfabetización de adultos - Tasa de matrícula de primaria, secundaria y terciaria 	PIB <i>per cápita</i> en dólares, ajustado por PPA (Paridad de Poder de Adquisición)
Índice de Desarrollo de Género IDG	Esperanza de vida al nacer para hombres y mujeres	<ul style="list-style-type: none"> - Tasa de alfabetización de adultos masculina y femenina - Tasa matrícula combinada masculina y femenina 	PIB <i>per cápita</i> ajustado por participación femenina y masculina en el ingreso
Índice de pobreza humana	Porcentaje de habitantes que se estima no sobrevivirán hasta los 40 años	Tasa de Alfabetización de adultos	<ul style="list-style-type: none"> - % de habitantes sin acceso a agua potable - % de habitantes sin acceso a servicios de salud - % de menores de 5 años con peso insuficiente para su edad

Fuente: 10 años de Desarrollo Humano en Colombia – PNUD.(2003)

Los componentes del índice (esperanza de vida, educación y valoración de los componentes económicos) a su vez son afectados por factores como la protección de la salud, los sistemas de sanidad y seguridad pública, el

⁴ Ídem. Pág. 5

saneamiento ambiental, el aumento de las capacidades adquiridas a través de la educación, las condiciones propicias para el ejercicio de la libertad, el capital humano, la inversión que la sociedad hace en las personas, la producción y utilización de la innovación, la definición de las instituciones y de reglas de juego colectivas, el acceso y disfrute de los bienes de la cultura y el acceso de nuevas generaciones a la educación, entre otros.

Este indicador compuesto permite medir otros elementos más allá del crecimiento económico, a la vez que introduce la noción de distribución de la riqueza y equidad entre los países y al interior de los mismos⁵. El PIB mide el comportamiento del crecimiento y los otros dos indicadores miden la forma como ese crecimiento se distribuye en la sociedad.

El enfoque del Desarrollo Humano se orienta a crear capacidades en la gente y al incremento de las alternativas y opciones disponibles. De esta manera se aumentan las libertades humanas y las personas se convierten tanto en beneficiarias del desarrollo como en sus agentes, en condiciones de igualdad en la participación como en el beneficio.

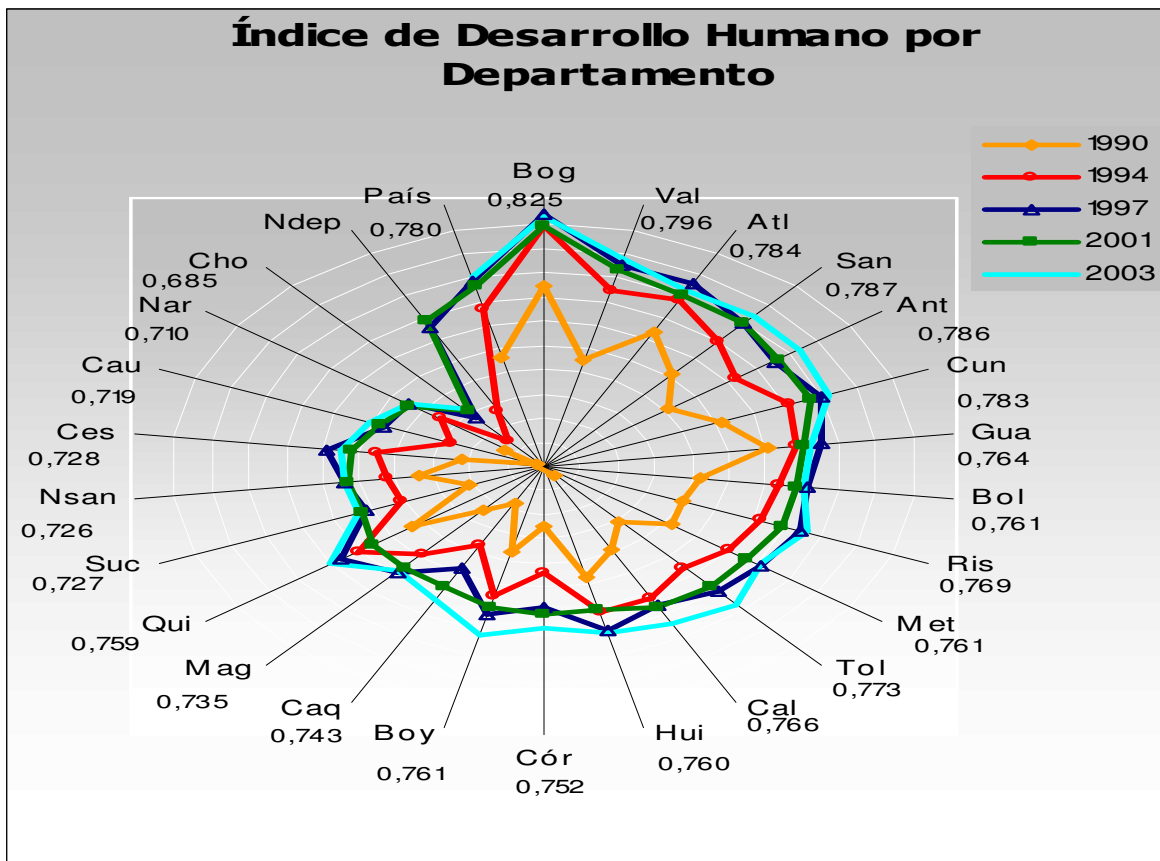
El IDH es una medición adoptada en 1990 en el mundo. En el reporte de 2004 se tuvo la medición de 170 países. El IDH es complementado por otros indicadores más específicos por regiones y temas. Ejemplo de ellos es el sistema de indicadores que se construyó a raíz de la declaración del año 2000 para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

⁵ Al respecto, el índice de desarrollo humano se calcula también para las regiones de un país con el fin de determinar la equidad en la distribución del desarrollo internamente.

En Colombia se cuenta con el Programa Nacional de Desarrollo Humano adscrito al Departamento Nacional de Planeación, que vela por el monitoreo permanente de las diferentes variables que componen el IDH.

Uno de los principales logros de este Programa es la medición del IDH sobre una base regional que toma como unidad de investigación, cada uno de los departamentos (ver gráfico No. 1). No obstante, se parte de información estadística agregada, la cual permite ver las enormes diferencias entre los departamentos y advierte sobre el desigual estado de Desarrollo Humano en el país.

Gráfico 1: Índice de Desarrollo Humano por Departamento



Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

En la siguiente tabla se muestra la evolución del Índice de Desarrollo Humano por componente en Colombia. 1990 – 2001.

Tabla 3: Colombia: Evolución del IDH por componente 1990-2001

Años	Esperanza de Vida (años)	Población analfabeta %	Escolaridad combinada tasa	Índice de logro educativo	Índice de esperanza de vida	Índice de PIB ajustado	Índice de Desarrollo Humano
1990	67.8	10.8	0.594	0.793	0.714	0.625	0.711
1991	68.1	10.5	0.602	0.797	0.719	0.668	0.728
1992	68.6	10.2	0.608	0.801	0.726	0.668	0.732
1993	69.0	9.9	0.617	0.806	0.733	0.677	0.739
1994	69.4	9.4	0.645	0.819	0.74	0.702	0.754
1996	70.2	8.9	0.701	0.841	0.753	0.731	0.775
1997	70.7	8.6	0.720	0.849	0.762	0.717	0.776
1998	71.0	8.6	0.712	0.847	0.776	0.699	0.77
1999	71.3	8.3	0.700	0.845	0.771	0.662	0.759
2000	71.6	8.0	0.673	0.838	0.776	0.679	0.764
2001	71.9	7.5	0.682	0.844	0.781	0.688	0.771
2002	71.2	ND	ND	0.85	ND	0.69	0.772
2003	71.8	ND	ND	0.85	0.78	0.71	0.779
2004	72.1	ND	ND	0.84	0.78	0.69	0.773

Fuente: Cálculos PNDH a partir de Población, Encuesta Nacional de Hogares y Cuentas Nacionales.

Colombia se considera un país de IDH medio atendiendo una clasificación simple:

- IDH alto: 55 países, medición entre 0,8 y 1
- IDH medio: 85 países, medición entre 0,5 y 0,8
- IDH bajo, 35 países, medición entre 0,1 y 0,5

En la actualidad Colombia ocupa el puesto 73 de la clasificación mundial con IDH de 0,773, que es ligeramente superior a la medición del 2001, pero inferior a la de 2003. Sin embargo, en términos generales se puede afirmar que se han dado avances significativos desde la primera medición en el año 90, especialmente en educación y esperanza de vida, y que en cierto sentido se ha logrado mantener un nivel de Desarrollo Humano sostenido. En relación con Suramérica, Colombia presenta un rezago importante en relación con Chile, Argentina y Uruguay, que pertenecen al grupo de países con IDH alto, y en la franja media somos superados por Panamá, Venezuela y Brasil.

2. Medición y perspectivas de los Objetivos del Milenio en Colombia

Durante la cumbre de Naciones Unidas del año 2000, 191 naciones aceptaron el compromiso de trabajar de manera intensa para alcanzar un conjunto de objetivos y metas ya planteados desde mayo de 1996 por los miembros del Comité de Asistencia al Desarrollo (DAC) de la organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo –OCDE-⁶ y que se han denominado los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Desde entonces los esquemas de planeación del desarrollo a nivel global y local buscan articularse con el sistema de indicadores de los Objetivos de Desarrollo del Milenio considerándolos como los referentes que orientan la acción pública.

⁶ Véase DAC, OCDE, Shaping the 21st Century: The contribution of Development Cooperatio, Paris, mayo 1996.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

Los Objetivos del Milenio son ocho, a cumplir para el año 2015, y se desagregan en 18 metas y 48 indicadores. Estos indicadores están diseñados para que se puedan realizar comparaciones internacionales, así como para hacer posible el seguimiento y evaluación permanente de cada país.

Tabla 4: Los Objetivos del Milenio

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)	
Objetivo 1:	Erradicar la pobreza extrema y el hambre
Meta 1:	reducir a la mitad entre 1990 y 2015 la proporción de personas cuyos ingresos sean inferiores a un día
Meta 2:	reducir a la mitad entre 1990 y 2015 el porcentaje de personas que padezcan hambre
Objetivo 2:	Lograr la enseñanza primaria universal
Meta 3:	velar por que para el año 2015 los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria
Objetivo 3:	Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer
Meta 4:	eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005 y en todos los niveles de la enseñanza antes del 2015
Objetivo 4:	Reducir la mortalidad infantil
Meta 5:	reducir en dos terceras partes entre 1990 y 2015 la mortalidad de los niños menores de 5 años
Objetivo 5:	Mejorar la salud materna
Meta 6:	reducir entre 1990 y 2015 la mortalidad materna en tres cuartas partes
Objetivo 6:	Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
Meta 7:	haber detenido y comenzado a reducir para el año 2015 la propagación de VIH/SIDA
Meta 8:	haber detenido y comenzado a reducir para el año 2015 la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves
Objetivo 7:	Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
Meta 9:	incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y revertir la pérdida de recursos del medio ambiente.
Meta 10:	reducir a la mitad para el año 2015 el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento
Meta 11:	haber mejorado considerablemente para el año 2020 la vida de por lo menos cien millones de habitantes de tugurios
Objetivo 8:	Fomentar una asociación mundial para el desarrollo
Meta 12:	desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto basado en normas, previsible y no discriminatorio. Se incluye el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos, el desarrollo y la reducción de la pobreza en cada país y en el plano internacional
Meta 13:	atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. Se incluye el acceso libre de aranceles y cupos de las exportaciones de los países menos adelantados; el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados y la cancelación de la deuda bilateral oficial, y la concesión de una asistencia para el desarrollo más generosa a los países que hayan expresado su determinación de reducir la pobreza.
Meta 14:	atender las necesidades especiales de los países sin litoral y de los pequeños Estados insulares en desarrollo
Meta 15:	encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo
Meta 16:	en cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo
Meta 17:	en cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a un costo razonable
Meta 18:	en colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

En el contexto de los Objetivos del Milenio, la gestión y prestación de servicios públicos de calidad tiene un alto impacto en el logro de los mismos.

Para empezar, en cuanto al **Objetivo 4**, reducir la mortalidad infantil, es importante resaltar el papel de los servicios públicos domiciliarios como elemento que contribuye a mejorar los niveles de salubridad, especialmente en lo que se refiere al acceso a agua potable.

Por otro lado, el rol de los servicios públicos para la consecución de las metas asociadas al **Objetivo 7**, es fundamental. En efecto, la adecuada cobertura y calidad de los servicios públicos tiene un impacto directo en los indicadores que sirven para hacer el seguimiento y la evaluación de las metas que los componen. Al respecto, las políticas de responsabilidad social de las empresas de servicios públicos en cuanto al uso racional y conservación de los recursos naturales son fundamentales.

Al respecto, la **meta 9** utiliza como indicadores el uso de energía y la proporción de la población que utiliza combustibles sólidos. A su vez, la **meta 10** tiene como indicadores el acceso sostenible a fuentes de abastecimientos de agua y el acceso a mejores servicios de saneamiento. Es evidente que las empresas de servicios públicos pueden afectar de manera positiva estos indicadores a través de su gestión.

La **meta 11** hace referencia al mejoramiento de las condiciones de vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios alrededor del mundo. Para el programa Hábitat de Naciones Unidas, “los asentamientos precarios constituyen la manifestación física y espacial del

incremento de la pobreza y de la desigualdad en las ciudades”. Una de las características de estos asentamientos es la deficiencia o ausencia de servicios básicos adecuados. En Colombia, se estima que para 2003, 1.3 millones de hogares se encontraban en asentamientos precarios, de los cuales el 63% presentaba deficiencias de tipo cualitativo, relacionadas con los servicios públicos. En este sentido, a través de programas de normalización de barrios que incluyen la ampliación de la cobertura de los servicios públicos domiciliarios, las empresas del sector contribuyen activamente al logro de la meta.

Por su parte, la **meta 18** se apoya en el número de líneas de teléfono y de usuarios de Internet como indicadores de avance en el logro de la misma. Esto último es importante en la medida en que existen grandes disparidades en el acceso y utilización de estas tecnologías. Esto se convierte en un factor de exclusión social en el contexto de la economía del conocimiento, donde la reducción de la brecha tecnológica es vital para las políticas de desarrollo. Así las empresas de telecomunicaciones tienen una gran responsabilidad en la evolución de los indicadores asociados a esta meta.

Por otro lado, las empresas de servicios públicos también juegan un papel muy importante en la consecución del **Objetivo 8**, referente al fomento de una asociación mundial para el desarrollo. Una de sus metas es el establecimiento de formas sólidas de colaboración con el sector privado y con las organizaciones de la sociedad civil en pro del desarrollo y de la erradicación de la pobreza.

Es evidente que el compromiso del sector de los servicios públicos es fundamental para el éxito de estrategias de desarrollo, especialmente a

nivel local, donde las alianzas entre las autoridades públicas, el empresariado y la sociedad civil pueden impactar positivamente los indicadores de desarrollo, más aún, si se tiene en cuenta que la prestación de servicios públicos en Colombia se hace de manera descentralizada. Así, los aliados naturales de las autoridades locales para la implementación de sus estrategias de desarrollo son las empresas de servicios públicos, como ya se indicó, por el alto impacto social de su actividad económica.

En general, la deficiencia en la provisión de los servicios públicos básicos constituye para millones de personas alrededor del mundo, un factor fundamental de exclusión social. La dotación de estos servicios resulta primordial en la búsqueda del desarrollo y la lucha contra la pobreza. De esta manera, en la gestión y prestación de los servicios públicos se deben incluir variables de rentabilidad social junto con los de rentabilidad económica.

Colombia tradujo su compromiso con los Objetivos del Milenio, en metas nacionales a través del CONPES SOCIAL No 91 de marzo 14 de 2005 titulado “Metas y estrategias de Colombia para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio – 2015”.

El CONPES busca que a través del cumplimiento de las metas nacionales se encamine definitivamente al país hacia el desarrollo. Los retos generales para lograr la estrategia nacional están orientados a alcanzar un desarrollo social acelerado, internacionalmente competitivo, nacionalmente equilibrado, incluyente y en paz.

Las metas nacionales están asociadas con un conjunto de estrategias concebidas para la reactivación social del Plan Nacional de Desarrollo, una de las cuales es el manejo social de los servicios públicos.

A partir de las consideraciones desarrolladas sobre el aporte general de las empresas de servicios públicos al logro de los Objetivos del Milenio, el estudio de la traducción de los mismos a metas nacionales muestra que el CONPES asocia la gestión y prestación de servicios públicos fundamentalmente al cumplimiento de las metas nacionales correspondientes a los Objetivos 7 y 8, (Ver recuadro 1 ODM), y más específicamente al tema de agua potable y saneamiento. Lo anterior es el resultado de una priorización hecha por el gobierno nacional de acuerdo con el contexto colombiano.

Frente al **Objetivo 7**, una de las metas universales es la de “reducir a la mitad el porcentaje de personas que carecen de acceso al agua potable y saneamiento básico”. La traducción nacional busca para el 2015:

- Incorporar a la infraestructura de acueducto, a por lo menos 7,7 millones de nuevos habitantes urbanos, e incorporar 9,2 millones de habitantes a una solución de alcantarillado urbano.
- Incorporar 2,3 millones de habitantes a una solución de abastecimiento de agua y 1,9 millones de habitantes a una solución de saneamiento básico, incluyendo soluciones alternativas para las zonas rurales, con proporciones estimadas del 50% de la población rural dispersa.

Otra de las metas universales correspondientes al Objetivo 7, es el mejoramiento considerable de la vida de los habitantes de tugurios. La meta nacional para el 2020, busca reducir a 4% el porcentaje de hogares que habitan en asentamientos precarios partiendo de una línea de base de 16%. Al respecto la estrategia para alcanzar la meta resalta la necesidad de articulación de políticas e inversiones sectoriales, especialmente la de vivienda con agua potable y saneamiento básico. De esta manera, el cumplimiento de esta meta se asocia con el cumplimiento de la meta nacional en agua potable y saneamiento básico.

En cuanto al **Objetivo 8**, el CONPES establece como una de las estrategias generales para su cumplimiento, mejorar las coberturas de telefonía fija, móvil y de Internet de acuerdo con las metas de desarrollo económico del país.

Las consideraciones anteriores muestran la forma como las empresas de servicios públicos son agentes fundamentales para la consecución de los Objetivos y Metas del Milenio, así como el aporte que pueden hacer para su cumplimiento en Colombia.

Cabe aclarar que si el documento CONPES da prioridad a acueducto, saneamiento, telefonía fija, móvil e Internet, esto no se hace en desconocimiento del aporte que al desarrollo del país hacen los sectores de energía y telecomunicaciones.

Estos son objeto de la agenda interna desarrollada por Planeación Nacional donde se establecen los siguientes objetivos que aquí se presentan de manera general:

Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad – Taller sectorial de Comunicaciones (abril de 2005):

Visión: Insertar a toda Colombia en la Sociedad de la Información

Estrategias Competitivas:

a) Contar con un sistema que permita desarrollar y apropiar conocimiento en las tecnologías de la información y comunicación satisfaciendo necesidades del mercado nacional e internacional

Necesidades y requerimientos Competitivos:

- i. Diseñar e implementar planes de investigación, innovación y desarrollo de la cadena de valor.
- ii. Formar puentes (Universidad, Empresa, Estado) para identificar las necesidades reales del sector.
- iii. Definir modelo de operación (instituciones, recursos financieros, marco normativo).
- iv. Contar con recurso humano altamente calificado en TIC´s

b) Contar con una política de Estado para lograr que los colombianos tengan acceso sostenible a los TIC´s.

Necesidades y requerimientos Competitivos:

- i. Diagnosticar y evaluar las necesidades de prestación de servicio / acceso universal a las TIC´s.
- ii. Garantizar que todos los actores del sector aporten en forma equitativa para la financiación de las necesidades de servicio / acceso universal.
- iii. Desarrollar mecanismos eficientes de la asignación de la totalidad de los recursos aportados por el sector, para atender las necesidades prioritarias de acceso / servicio universal.

c) Contar con una cadena de valor integrada y desarrollada de las TIC's

Necesidades y requerimientos Competitivos:

- i. Adecuar un marco legal estable que posibilite la convergencia de redes y servicios, fomente la inversión y genere un ambiente más competitivo y equitativo, en corto plazo
- ii. Identificar el mercado y sus necesidades.
- iii. Fomentar sinergias y relaciones exitosas.
- iv. Evaluar el marco legal respecto a las cargas impositivas, nacional e internacionalmente.
- v. Legislación adecuada, equitativa e inmediata sobre convergencia.

Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad – Sector Energía (julio de 2005):

Visión: El sector de Energía será un factor fundamental para la competitividad del País, mediante un mejoramiento sectorial continuo, asegurando la atención de la demanda de energéticos en forma competitiva y confiable, y crecerá en los mercados nacional e internacional. Además, el sector de hidrocarburos en particular, genera importantes transferencias a la nación.

Estrategias Competitivas:

- a) Disponer y aplicar una política energética integral, sostenible, previsible y de largo plazo, acorde con el entorno nacional e internacional.

Requerimientos y Necesidades:

- i. Tener un marco legal y tributario racional a nivel nacional, departamental y municipal que genere incentivos reales a los inversionistas.
 - ii. Establecer una estructura coherente de precios de los energéticos, competitiva eficiente y de largo plazo que asegure la sostenibilidad del sector
 - iii. Lograr que los planes de desarrollo adopten los lineamientos de la política energética nacional
 - iv. Fortalecer los mecanismos que permitan una mejor interacción con los países de interés económico y energético
 - v. Disponer de señales e instrumentos económicos y financieros que armonicen el crecimiento de la oferta de energéticos con responsabilidad social y ambiental
- b) Contar con esquemas que mantengan y promuevan la inversión, la oferta y la demanda de energéticos y servicios que propendan por la competitividad

Requerimientos y Necesidades:

- i. Tener un marco legal y tributario racional a nivel nacional, departamental y municipal que genere incentivos reales a los inversionistas
- ii. Tener un marco normativo y regulatorio sectorial ágil, previsible, de largo plazo que promueva la eficiencia
- iii. Contar con reservas probadas de Hidrocarburos y de otros energéticos para garantizar la atención de la demanda en el largo plazo dentro del principio de racionalidad económica
- iv. Que el Estado cumpla con su responsabilidad de cubrimiento de los servicios básicos sin afectar la

sostenibilidad de las empresas del sector ni la competitividad de los sectores productivos

- c) Contar con las condiciones que incentiven la investigación, el desarrollo, el desarrollo tecnológico y la innovación (I+D+I) en Colombia en el sector energético.

Requerimientos y Necesidades:

- i. Desarrollar incentivos de largo plazo para la investigación, desarrollo tecnológico e innovación
- ii. Fortalecer competencias empresariales en disciplinas esenciales para la I+D+i en el sector energético
- iii. Desarrollar una estructura institucional eficiente que promueva y genere las condiciones para la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)
- iv. Reforzar la aplicación de los mecanismos que protejan la propiedad intelectual

- d) Ampliar la participación en el comercio internacional de energéticos y de servicios asociados

Requerimientos y Necesidades:

- i. Identificar, definir y generar nuevos mercados para los bienes y servicios ofrecidos por las empresas del sector
- ii. Fortalecer la integración de los mercados de energéticos
- iii. Tener espacios a través de la asociatividad a nivel de país (gubernamental y empresarial) para definir oferta exportable y mejorarla continuamente
- iv. Fortalecer e incrementar las exportaciones de energéticos

- e) Focalizar el accionar de los actores (gobierno y agentes) de acuerdo con los roles establecidos

Requerimientos y Necesidades:

- i. Tener las empresas con control del Estado, en todos los niveles, con autonomía real para competir con rentabilidad de mercado
- ii. El Estado no debe utilizar sus empresas comerciales, para cumplir otras funciones diferentes a las de su objeto comercial
- iii. Contar con los mecanismos que garanticen la independencia del Estado a nivel central en sus roles de definidor de política y de regulador, frente a su rol de empresario
- iv. Alinear las acciones y decisiones de las entidades territoriales, corporaciones autónomas regionales y entidades nacionales con las políticas del Estado relacionadas con el sector energético.

B. Estado de los servicios públicos en Colombia

La crisis que caracterizó la prestación de los servicios públicos en los años 80 en el país, como también en los diferentes partes del mundo, incitó un profundo replanteamiento paradigmático que comenzó con la Constitución de 1991. Mas allá de reconsiderar la función del Estado en la prestación de los servicios públicos domiciliarios, se hizo evidente la necesidad de creación de un marco regulatorio específico que controlara las externalidades negativas que predominaban el sector hasta la fecha. Así, fue evidente la insostenibilidad a largo plazo de la prestación de servicios basada en manejos políticos que procuraban tarifas inferiores a los costos de producción y el resultante peso fiscal que debía enfrentar el

Estado para subsanar el déficit presupuestal de las empresas prestadoras de servicios.

Hasta la aparición de la ley 142 de 1994, el marco institucional no contaba con ningún instrumento que facilitara la introducción de eficiencia en la prestación de servicios públicos. Esto se reflejaba en la imposibilidad de intervención que tenía el estado para controlar los abusos existentes en las empresas en cuanto a la tarificación errada, o en el control de la función administrativa de las mismas. Así como tampoco, existía una alternativa de competencia privada ante la monopolización del poder administrativo en el sector.

La preocupación por las implicaciones negativas de esta configuración sectorial fue plasmada en la Constitución de 1991 que en su texto le otorgó al tema de los servicios públicos una particular importancia al relacionarlos explícitamente a los niveles de calidad de vida y de salud. En el mismo sentido, la Carta incitó a la participación de los capitales privados en la producción y suministro de los servicios públicos domiciliarios inscritos de ahora en adelante en un mundo de apertura caracterizado por la competitividad, la productividad y la eficiencia. De esta forma, el estado más que prestador de servicios públicos, será desde este momento el responsable de vigilar y controlar la prestación eficiente de los servicios, objetivo para el cual deberán desarrollarse profundas reformas.

En consecuencia la ley 142 de 1994, recogió las directrices de la Constitución y definió el replanteamiento de las relaciones entre los usuarios, el estado y las diferentes empresas prestadoras, enfrentando el sector de servicios públicos al libre mercado y configurando las diferentes

herramientas de intervención estatal. De esta forma, la ley y sus posteriores modificaciones tendientes a subsanar las lagunas inherentes a una norma concebida de la manera mas amplia posible para regular sectores tan diferentes, planteó profundas reformas en materia de incentivos a la eficiencia, la fijación tarifaria y por supuesto la creación de organismos control.

El panorama planteado por la Ley 142 introdujo el concepto de mercados contestables según el cual en los sectores con tendencia hacia la monopolización, la exposición del mercado a potenciales entrantes genera incentivos a la eficiencia en operación y fijación de precios (Documentos SSPG, p. 20) En este mismo sentido, la ley procuró eliminar la discrecionalidad en la fijación de las tarifas que estarán a cargo, respectivamente según el sector, de las tres comisiones de regulación. Adicionalmente, la ley eliminó el concepto de subsidios cruzados y definió los parámetros para la aplicación y complementariedad de los subsidios explícitos con el sistema de contribuciones.

Los desafíos planteados por este nuevo marco regulatorio fueron manejados e incorporados de manera diferente por los sectores debido a la especificidad estructural de los mercados respectivos. Sin embargo, y a pesar de las naturales resistencias, la reforma pudo ser implantada y llevada a cabo. Sus impactos positivos pueden ser medidos y cuantificados tanto en términos de sostenibilidad de las empresas y eficiencia como en la favorable percepción de los usuarios.

En cuanto a los efectos registrados a nivel de la operatividad empresarial, se debe destacar la relativa estabilidad regulatoria que ha implantado el

marco de la ley 142. La competencia, aunque en niveles diferentes y con resultados mas o menos positivos según el sector, fue puesta en marcha por medio de la atracción de capitales privados en los procesos de privatización, democratización de acciones, y concesiones entre otras, como lo revelan los estudios de la Superintendencia de Servicios Públicos, entidad también creada por la ley 142.

Con respecto a la regulación tarifaria, es evidente que se ha producido un aumento de precios en la facturas recibidas por los usuarios en casi todos los sectores. Sin embargo, este incremento debe analizarse en el contexto de la necesidad de nivelar el rezago de las tarifas con respecto a los costos productivos. De esta forma, a pesar del evidente aumento de los esfuerzos de las economías domésticas inducido por el crecimiento de los precios de las facturas, se observó un sustancial mejoramiento de la viabilidad financiera de las empresas prestadoras y en consecuencia de sostenibilidad a largo plazo. Esta sostenibilidad financiera de las empresas prestadoras de servicios públicos se vio reforzada por el sistema de subsidios y contribuciones implantado dentro del marco regulatorio. Lo anterior supone también, una mejor planeación por parte del estado de las partidas presupuestales focalizadas a los sectores de población con menores recursos.

Es importante recalcar los impactos que ha tenido la ley en términos de participación ciudadana que ahora se realiza a través de los Comités de Desarrollo y Control Social, así como por medio de las oficinas de quejas y reclamos. Los usuarios, cuentan de la misma forma, con una amplia variedad de valores agregados generados por, las diferentes empresas de servicios públicos.

Los impactos mencionados, también han sido cuantificados a través de la percepción que tienen los usuarios de la evolución de los servicios recibidos por parte de las empresas de servicios públicos. En cuanto a la calidad, la encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría, revela que los usuarios percibieron una importante mejoría en los últimos diez años, siendo los estratos bajos los que sintieron la mayor mejoría. Así mismo, la población identificó el impacto positivo que tiene la prestación de los servicios públicos en su calidad de vida. Es importante recalcar que los usuarios hacen uso de los espacios como las líneas telefónicas de atención al usuario y las oficinas de quejas y reclamos, para llevar a cabo los diferentes tramites ante las empresas prestadoras. La mayoría de las personas que acuden a estos medios se declaran satisfechas con la atención recibida.

Con respecto a la cobertura de los servicios, los usuarios coincidieron con los resultados de las empresas, mencionando la percepción del aumento de la cobertura de los diferentes servicios. Sin embargo, las condiciones socioeconómicas, parecieron restringir la libertad de elección que tienen los usuarios en el momento de escoger su proveedor.

A pesar de que los usuarios registraron el aumento de la tarifas, ellos también declararon estar concientes de la inminencia de este incremento necesario para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de las empresas prestadoras. Sin embargo, subsiste un alto nivel de desconocimiento de los criterios e instancias de fijación de las tarifas, así como también de los subsidios y contribuciones. Esta asimetría de información tiene efectos negativos en términos de la regulación, razón por la cual, es necesario desarrollar mecanismos que reviertan las actuales tendencias de información.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

En conclusión, las reformas concebidas por la ley 142 en el marco de la Constitución de 1991, han tenido impactos positivos significativos tanto para el sector como para los usuarios. Y los vacíos existentes, inherentes a un proceso que está en plena maduración, tienen los espacios y la disposición necesaria para ser resueltos de manera concertada.

Dentro de este nuevo panorama de los servicios públicos domiciliarios es finalmente importante resaltar las coberturas logradas:

Tabla 5: Evaluación de la cobertura de servicios públicos por sector, 1993-2002

Año	Tipo	Energía	Acueducto	Alcantarillado	Teléfono	Aseo	Gas
1993	Urbano	99.1%	97.1%	92.8%	56.1%	82.72%	25.4%
	Rural	73.4%	55.6%	24.8%	4.0%	4.35%	0.8%
1997	Urbano	99.6%	98.2%	90.0%	62.6%	n.d.	n.d.
	Rural	77.2%	49.3%	15.3%	5.0%		
2003	Urbano	99.8%	97.6%	90.5%	68.9%	94.80%	46.8%
	Rural	83.1%	53.5%	16.0%	10.7%	17.60%	2.4%

Fuente: Síntesis de datos de “Análisis de la evolución de los servicios públicos domiciliarios durante la última década”, CEDE – ANDESCO, Bogotá, Mayo 2005

Tabla 6: Proporción de hogares con acceso al servicio de gas natural Colombia

Año	Cabecera Municipal	Rural	Total Nacional
1997	25.4%	0.8%	18.9%
2003	46.8%	2.4%	35.9%

Fuente: “Análisis de la evolución de los servicios públicos domiciliarios durante la última década”, CEDE – ANDESCO, Bogotá, Mayo 2005

Tabla 7: Hogares por forma de eliminación de basuras

Sistema de disposición de basuras	1993			2003		
	Total nacional	Cabecera	Rural	Total nacional	Cabecera	Rural
Recolección pública o privada	60.8%	82.72%	4.35%	75.90%	94.80%	17.60%
En río o quebrada	5.25%	4.44%	7.35%	3.10%	1.80%	7.00%
En patio, zanja o baldío	18.12%	4.84%	52.50%	5.50%	0.90%	19.80%
Quema o entierro	15.75%	8.01%	35.80%	15.50%	2.50%	55.60%

Fuente: “Análisis de la evolución de los servicios públicos domiciliarios durante la última década”, CEDE – ANDESCO, Bogotá, Mayo 2005

III. Percepción, conceptos y acciones de la responsabilidad social en las empresas de servicios públicos

A. Resultado del análisis de percepción

Para la formulación de una política gremial de Responsabilidad Social Empresarial –RSE- es indispensable realizar un análisis de varios factores.

En primer lugar, se realizó un sondeo para establecer la percepción que tienen las empresas sobre el concepto de RSE y la disposición que tienen éstas para implementar y profundizar en la formulación de acciones socialmente responsables. De la misma forma, se definieron las políticas específicas que las empresas realizan actualmente y que pueden ser clasificadas dentro del concepto de RSE.

El Sondeo de Percepción presenta los resultados de la opinión general que tienen las empresas del gremio del tema de la RSE. El análisis de las respuestas recopiladas nos ofrece el siguiente panorama general.

1. Conocimiento de la política de Responsabilidad Social Empresarial

Los datos arrojados por *El Sondeo de Percepción* demuestran que la mayoría de las empresas han tenido contacto con el concepto de RSE.

Gráfico 2



De esta manera, el 94,4% de las empresas señalan conocer el tema. En este sentido, las empresas son sensibles al tema de la RSE. Al estudiar las estrategias desarrolladas por las empresas, se puede observar que en algunos casos, estas han sido diseñadas y puestas en práctica sin la definición previa de una política expresa de RSE. Como lo expone Pablo Felipe Arango de la Empresa Metropolitana de Aseo S.A. E.S.P., “la empresa nunca ha definido una política de RSE. Sin embargo, intuitivamente ha desarrollado acciones que se enmarcan dentro del

concepto de RSE. Esta condición obviamente ha provocado aciertos y desaciertos”⁷

El estudio permite observar que el concepto de RSE manejado por algunas empresas del gremio se orienta a la promoción de actividades de patrocinio e inversión social en temas como la generación de empleo, educación, actividades deportivas y culturales, entre otros⁸.

Es importante señalar que el concepto, las estrategias y orientación de RSE pueden variar de acuerdo con el sector de operación de cada empresa. De esta manera, y a partir de los casos expuestos en las comisiones sectoriales del Congreso Nacional de Servicios Públicos Domiciliarios (2005), es posible identificar distintas estrategias según el tipo de empresa.

Las actividades que más sobresalen se orientan hacia la conservación y el buen uso del recurso hídrico y energético, la ampliación de la cobertura, el mejoramiento en la selección y disposición de los residuos, la reducción de su impacto ambiental, la ampliación de la cobertura para población vulnerable, y la financiación de programas de generación de empleo, culturales, deportivos y comunitarios. En general, se puede afirmar que el concepto de RSE y las estrategias que de él se desprenden, son una mezcla de inversión social, filantropía y responsabilidad social orientada hacia el negocio.

⁷ Empresa Metropolitana de Aseo S.A. E.S.P –EMAS-, Presentación de Pablo Felipe Arango Director Jurídico. Congreso Nacional de Servicios Públicos Domiciliarios, Medellín, 3 de agosto de 2005.

⁸ Al respecto es interesante ver el caso presentado por la empresa EDATEL presentado durante el Congreso Nacional de Servicios Públicos Domiciliarios, Medellín, 3 de agosto de 2005.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

La familiaridad con el concepto también se refleja en las declaraciones que hacen las empresas sobre la antigüedad en la ejecución de políticas formales de RSE al interior de sus organizaciones. De esta forma, el 89% de las empresas incluidas en este sondeo sostienen tener una política de RSE. El 49 % de las empresas señalan que desarrollan estas políticas desde hace más de 6 años.

Gráfico 2

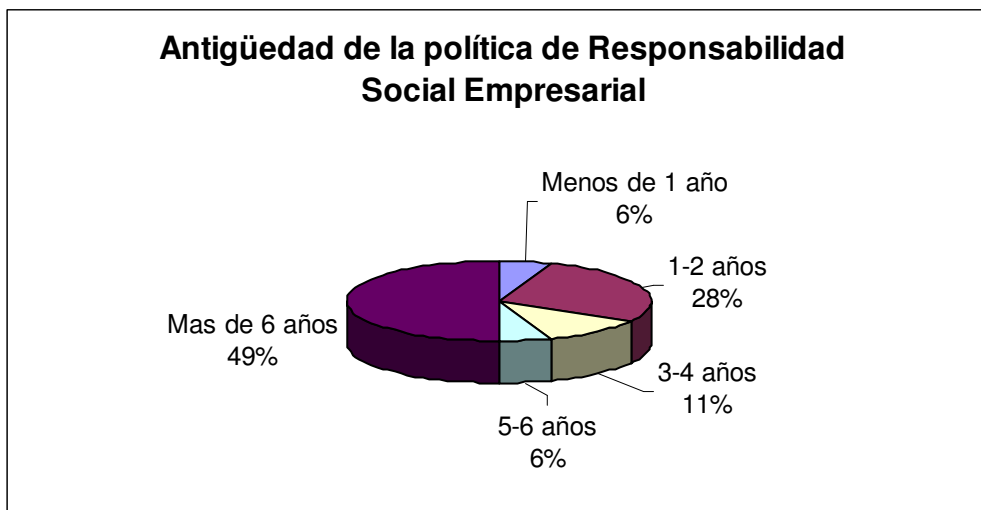
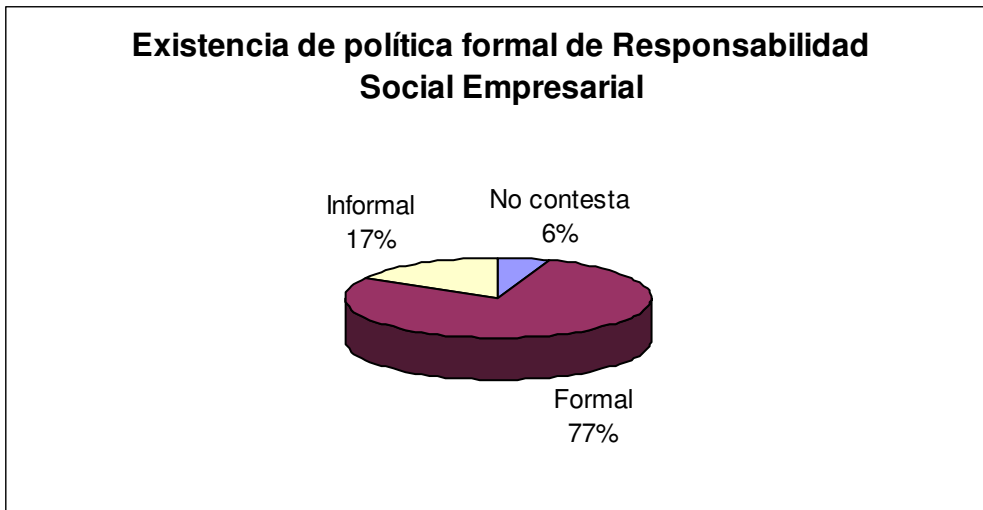


Gráfico 3



El 77% de las empresas declaran que estas políticas tienen un carácter formal en sus organizaciones.

Gráfico 4



Esta declaración de familiaridad con el concepto se complementa con la presencia de personas o grupos de personas específicamente encargadas del manejo de las políticas de responsabilidad social enfocada a los diferentes grupos de interés (*stakeholders*) de las empresas.

Gráfico 5



Es importante mencionar que el hecho de que algunas empresas declaren no tener políticas formales de RSE, no implica la ausencia total

de las mismas. Esto se debe tanto a la posible práctica informal de acciones socialmente responsables, como también a la falta de claridad de las políticas susceptibles de ser clasificadas dentro del ámbito de la RSE. Estas dos razones no invalidan las acciones realizadas. Al contrario invitan a la realización de un estudio más detallado por parte de las empresas para establecer una política de RSE sostenible.

2. Percepción de las políticas de RSE

El sondeo también permite identificar las motivaciones que tienen las empresas para desarrollar este tipo de prácticas y la profundización de las políticas de RSE al interior de las mismas. De la misma forma, presenta datos que proporcionan orientaciones para la definición de futuras prioridades de acción en el campo de la RSE.

Dado que muchas las empresas encuestadas son de carácter mixto, parece lógica la importancia que le otorgan a la viabilidad financiera como objetivo principal de sus organizaciones. Este interés no desconoce la condición social que estas empresas tienen dada su naturaleza de administradores o generadores de bienes públicos globales.

El análisis de las respuestas proporcionadas por las empresas permite inferir la preponderancia que las organizaciones le otorgan a sus grupos de interés (*stakeholders*) externos – específicamente a las comunidades de influencia y clientes o usuarios. En este sentido, la mayoría de las empresas constatan su participación en fundaciones con fines sociales.

Gráfico 6



En el mismo sentido, las empresas declaran que los mejores índices de comportamiento socialmente responsable son medidos, prioritariamente, por la satisfacción de los usuarios quienes tienen conocimiento de las acciones que realizan las empresas en RSE, a través de los medios masivos de comunicación, los reportes anuales y reportes específicos de RSE.

Gráfico 7



Igualmente, las empresas demuestran una disposición muy positiva frente a las posibles auditorías externas, hecho que permite deducir la relevancia que tiene el tema de la transparencia para las empresas del gremio.

Gráfico 8



Resulta evidente que las empresas han incluido la RSE dentro de sus organizaciones llevadas por un genuino interés de contribuir al bienestar de la sociedad. La motivación de la existencia de políticas socialmente responsables está profundamente arraigada en la práctica empresarial en la medida en que los empresarios declaran tener incluida la responsabilidad social en sus misiones empresariales. Por lo tanto, no es sorprendente que las empresas consultadas señalen que el mayor beneficio que les ofrece la política de RSE es el cumplimiento de la visión empresarial y la satisfacción de sus respectivos clientes.

En cuanto a las posibles acciones futuras en RSE convergen dos prioridades que se retroalimentan. Las empresas declaran que las motivaciones de desarrollo o profundización de políticas de RSE están ligadas al interés de canalizar las diferentes expresiones de la

responsabilidad social hacia la generación de impacto real y estructural en la sociedad.

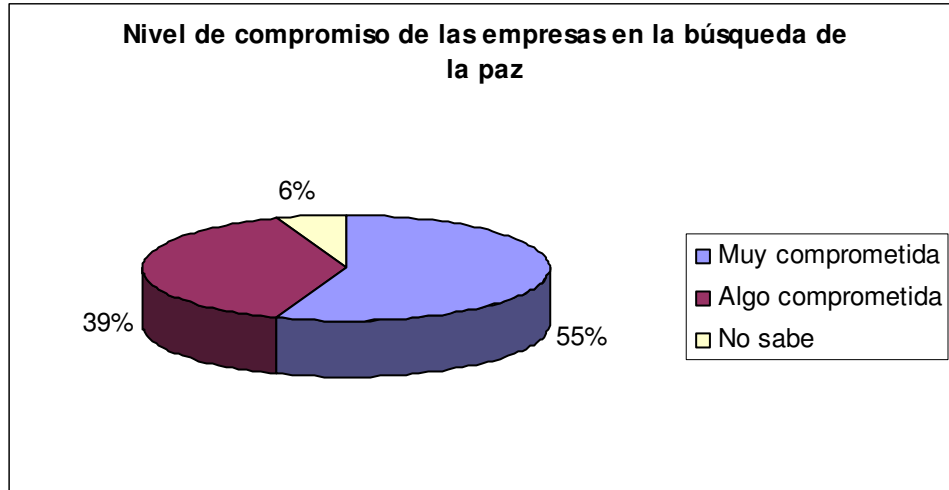
Esto debe interpretarse como la manifestación de la conciencia que tienen las empresas de ser gestores de desarrollo social en sus comunidades de influencia. En consecuencia, y como segunda prioridad, los empresarios señalan el tema de desarrollo comunitario y políticas medioambientales como las principales prioridades de políticas futuras. Esto se ve reflejado en el estudio de las acciones de responsabilidad social que adelantan las empresas frente a sus grupos de interés.

3. Contexto de funcionamiento de las empresas

Es evidente que la situación política, social y económica del país afecta positiva o negativamente el funcionamiento de las empresas prestadoras de servicios públicos. *El Sondeo de Percepción* facilita la interpretación de las preocupaciones de las empresas y clarifica el papel que estas piensan que desempeñan o deben desempeñar en el mejoramiento de sus esferas de acción.

Frente a la situación del país, las empresas declaran que tienen un papel a desempeñar en los procesos de búsqueda de paz. De esta forma, el 100% de las empresas siente que su participación en tema debe ser activa, destacándose un 55% de las empresas que consideran que deben estar muy comprometidas en actividades relacionadas.

Gráfico 9



Con respecto a los efectos que genera la degradación de la situación social de las comunidades de influencia, los encuestados señalan a los gobiernos locales como los principales responsables de resolver los problemas que aquejan a la comunidad. Sin embargo y de manera plausible reconocen que las acciones más relevantes a realizar por parte de las empresas para la construcción de contextos favorables de funcionamiento son las encaminadas a la comunidad de influencia, la construcción del tejido social, y actividades medioambientales.

Es importante resaltar que los empresarios reconocen la importancia en términos de efectividad, de acciones realizadas de manera colectiva para la consecución de resultados con alto impacto. Así, las empresas consideran que la opción de hacer parte de una alianza global, regional o local les ofrecerá mayores herramientas para mejorar las condiciones de vida de sus comunidades de influencia.

La formulación e implementación de proyectos que buscan potenciar y afianzar el desarrollo de prácticas socialmente responsables implica la identificación y caracterización de las relaciones con los principales actores con los que se relaciona la compañía. La necesidad continua de mejorar las relaciones de una organización con sus grupos de interés hace parte fundamental de cualquier modelo de responsabilidad social. La armonía de estas relaciones y el acceso real y directo a los grupos de interés es uno de los factores que genera ventajas competitivas para la empresa.

B. Acciones de responsabilidad social de las empresas de servicios públicos

A partir de un sondeo para la identificación de acciones y grupos de interés en responsabilidad social (anexo 1) realizado entre las empresas de servicios públicos adherentes a Andesco, se buscó identificar de forma clara las relaciones de las empresas con sus grupos de interés más importantes, así como las actividades que se realizan con ellos. En este sentido, se presentan los resultados por grupo de interés.

Compromiso con el Medio Ambiente

En primera instancia, y por la naturaleza del negocio de las empresas de servicios públicos en el que se explota el medio ambiente como insumo fundamental para su operación, este constituye uno de las preocupaciones más relevantes dentro de las políticas generales de responsabilidad social empresarial.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

En el tema ambiental, el estudio revela que las empresas tienen una posición muy activa. De esta forma, la mayoría de las empresas requieren licencias ambientales para su funcionamiento. La mayoría de las empresas cuentan con estudios de impacto ambiental de su actividad. Asimismo, muchas empresas desarrollan programas de mitigación o de prevención de impacto ambiental. Además de estas actividades, las empresas desarrollan programas o actividades adicionales en el tema ambiental. La tabla a continuación presenta algunos de los programas adicionales implementados por algunas de las empresas.

Tabla 8: Algunos programas de responsabilidad social frente al medio ambiente

ESSA	Programas de Reforestación, Campaña Ambiental Interna
ISA	Inversión Biofísica, Sistema de Gestión Ambiental
IBAL	Capacitación para el uso racional del agua
ISA	Estudios de restricciones ambientales, Convenio de producción más limpia, Becas ISA en gestión ambiental
EPSA	Programas educativos en el uso racional del recurso energético, Manejo de residuos en las plantas, Manejo de PCB's
METROAGUA	Conservación cuencas, Gestión de Acuíferos, Emisario Submarino
CODENSA	Programas de manejo de residuos peligrosos, de reciclaje de residuos no.peligrosos, y de reforestación
EMGESA	Conocer programas de prevención, atención, Planes de manejo ambiental
EEB	Mitigación del impacto ambiental en las Represas de Tominé y Muña
TERMOYOPAL	Programa de uso y ahorro eficiente de energía, Programa de Uso y ahorro eficiente de agua
EMPRESA DE ASEO DE PEREIRA	Estudios topográficos, de diagnóstico Geológicos, y de diagnósticos sanitarios

Relaciones estrechas con las comunidades

Como se había adelantado en el estudio de percepción, la **comunidad** se constituye en uno de los grupos de interés más relevantes para las empresas. En efecto, la mayoría de las empresas dirigen grandes esfuerzos hacia sus comunidades de influencia.

Las políticas que se desarrollan frente a la comunidad abarcan diferentes áreas de acción. Desde el punto de vista de la participación activa en la definición y ejecución de políticas públicas, especialmente locales, la mayoría de las empresas conocen los programas de fondos públicos de cofinanciación para expansión de redes rurales, han participado en planes de expansión de redes rurales en los sectores de acueducto y alcantarillado, energía, gas y telecomunicaciones según el caso, y están dispuestas a seguir participando en ellos.

En el mismo sentido, y teniendo presente que la mayoría de las empresas conocen los Planes de Ordenamiento Territorial vigentes de sus áreas de influencia, las empresas están dispuestas a participar en los comités públicos de planeación territorial. Estas acciones adelantadas por las empresas, reiteran la particular preocupación por sus comunidades y definen espacios adicionales para la acción socialmente responsable.

Además de participar en la definición de políticas públicas en sus áreas de influencia, las empresas adelantan programas variados con sus comunidades. Dichos programas justifican la existencia en muchas empresas de oficinas encargadas de la gestión social y del desarrollo comunitario y participativo. La siguiente tabla muestra algunos de los programas que desarrollan las empresas con sus comunidades.

Tabla 9: Algunos programas de responsabilidad social para las comunidades

ESSA	FAZNI, FAER, PRONE
ISA	Programa de inversión social PIS e Iniciativa de Paz
ACUACAR	Regalías, Findeter
ISA	Convivencia, ISA Región y Solidaridad
ISAGEN	Programa de inversión social –PIS- e Iniciativas de paz
EBSA	FAER, PRONE, FOES
TELEFONICA DE PEREIRA	Compartel
EMP BOGOTÁ	Club de lectura, Patrocinio a actividades culturales y sociales
EMGESA	Fortalecimiento institucional, participar en comités Públicos de Planeación territorial, Programas en residuos sólidos y Proyeectos productivos
TELECOM	Programa de telefonía social
EEB	Electrificación Rural, Participación Social y Comunitaria

Las empresas se muestran dispuestas a continuar y reforzar sus programas para la comunidad en áreas como: generación de espacios de convivencia, paz y solidaridad, inversión social, patrocinio de actividades culturales y sociales, participación social y comunitaria, y fortalecimiento institucional.

Los clientes o usuarios

En cuanto a los **clientes** o **usuarios**, el estudio permite afirmar que las empresas tienen un compromiso fuerte frente a la comunicación con este grupo y la calidad del servicio y la atención que le prestan. Al respecto, todas las empresas tienen instancias de atención de quejas y reclamos, ya sea mediante centro de servicio o líneas de atención telefónica.

Adicionalmente, y para garantizar la calidad del servicio que prestan a sus clientes, la mayoría de las empresas cuentan con certificaciones de

calidad, ya sean normas ISO o ICONTEC, en sus últimas versiones, o la certificación OHSAS. Las empresas que aún no cuentan con ellas, declaran su disposición para obtenerlas.

Las empresas cuentan además con varios programas dirigidos hacia este *stakeholder*, particularmente aquellos dirigidos a generar cultura de pago y de racionalización en el uso y consumo de los servicios públicos por parte de los clientes.

La siguiente tabla señala acciones que adelantan algunas empresas frente a los clientes o usuarios.

Tabla 10: Algunos programas de responsabilidad social frente a los clientes o usuarios

ISAGEN	Ruedas de Negocios y Uso Racional de Energía
ACUACAR	Unidad Móvil, Plan Padrino, Recuperación de Cartera
ISA	Normas de servicio al cliente, evaluación de satisfacción, planes de visitas, capacitación al cliente
EPSA	Programas educativos en uso seguro y racional de energía, Programas de financiación de cartera, Proyectos de financiamiento de proyectos para empresas
AAA Barranquilla	Domiciliación del pago, Pago vía Internet, Bancarización del pago
METROAGUA	Direccionamiento Estratégico, Encuesta de satisfacción de clientes, Cartera comunitaria
EMP BOGOTÁ	Página web, Jornadas en los conjuntos residenciales
EMGESA	Seminarios, Asesoría Técnica, Nota Emgesa
EEB	Sistema de Gestión de Desempeño, Sistema de Indicadores de Gestión, Mapa de Riesgos estratégicos
EMCALI	Mercadeo social
EMPRESA DE ASEO DE A	Servicio al Cliente, Marketing, Plan Estratégico

Los colaboradores: trabajadores y contratistas

En cuanto a los **trabajadores**, el estudio permite identificar tanto las fortalezas como las debilidades en cuanto a las relaciones con este grupo de interés.

Es interesante señalar el alto número de trabajadores que cuentan con contratos a término indefinido en sus respectivas empresas de trabajo, lo que refleja la estabilidad laboral ofrecida por las empresas de servicios públicos.

Adicionalmente, en la mayoría de las empresas los empleados cuentan con canales establecidos y reconocidos de negociación y de participación activa dentro de las mismas. Las empresas son activas en la utilización de diferentes mecanismos para la comunicación con sus empleados.

Además de cumplir con las obligaciones laborales, las empresas adelantan múltiples actividades destinadas al desarrollo, personal, profesional y familiar de sus colaboradores. Esto indica el convencimiento por parte de las empresas de que el bienestar de sus colaboradores se traduce directamente en una mayor competitividad de la empresa.

Frente a los **contratistas**, el estudio reveló varias fallas en cuanto a la atención que las empresas prestan a este grupo de interés. El estudio indica la falta de información sobre las condiciones de los contratistas así como de programas específicos dirigidos a este grupo. Varias razones explican esto. Por un lado, la gran diversidad de estructuras productivas de las empresas y por lo tanto de figuras de contratación con terceros dificulta realizar un estudio comparativo. Por otro lado, se observa una

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

ausencia de mecanismos de seguimiento y monitoreo de la situación de los contratistas por parte de las empresas. Este es un aspecto que deberá ser reforzado para que las empresas tengan un conocimiento integral de sus relaciones externas.

La tabla siguiente muestra algunos de los programas que algunas empresas adelantan frente a sus trabajadores.

Tabla 11: Algunos programas de responsabilidad social para los trabajadores

ESSA	Código de Buen Gobierno, Manual de Transparencia en el Ejercicio Empresarial
ISAGEN	Código de Ética comercial, Código de Buen Gobierno . Actualmente se está trabajando en la declaración de comportamientos éticos
ACUACAR	Auxilio de escolaridad, Becas, Validación Básica.
IBAL	Seguridad industrial, Salud ocupacional
EPSA	Cultura Basada en Valores, Organización Centrada en competencias, Escuela de Liderazgo
EMPRESAS PÚBLICAS DE NEIVA	Salud Ocupacional, Capacitación, Bienestar Social
TELEFONICA DE PEREIRA	Capacitación, bienestar, estudios superiores
CODENSA	Medicina para la familia, Préstamos vivienda y vehículos, Capacitación y auxilios educativos, Recreación para la familia
EMP BOGOTÁ	Capacitación, bienestar, convenios corporativos
EMGESA	Desayunos con la Gerencia, Exploradores de energía, Lecciones aprendidas
EEB	Patrimonio Autónomo, Pensiones
EMPRESA DE ASEO DE PEREIRA	Capacitaciones, Becas, Juntas de Deportes, etc.
EMPRESA DE ENERGÍA DEL QUINDÍO	Cultura corporativa centrada en valores
TELECOM	Inducción, cultura corporativa: Capacitación, política de acoso y hostigamiento sexual, conflicto de intereses y seguridad
EMSIRVA E.S.P	Salud ocupacional, Separación en la fuente

Los proveedores

Frente a sus **proveedores**, la mayoría de las empresas tiene mecanismos de comunicación con este grupo de interés. Asimismo, muchas empresas cuentan con mecanismos de precalificación de sus proveedores para verificar el cumplimiento por parte de estos en el desarrollo de sus actividades, de principios asociados al respeto y promoción de los derechos humanos, de los derechos laborales, de la protección del medio ambiente o de la lucha contra la corrupción. Esto, a parte de contribuir con el mejoramiento de los estándares de calidad en los proveedores, se inscribe directamente en los principios promovidos por Pacto Mundial.

En este sentido, las empresas del gremio están dispuestas a participar en programas de fomento y promoción de la responsabilidad social entre sus proveedores, que involucren, además de los proveedores, a los contratistas y otros grupos de interés.

Algunos de los programas con los que cuentan las empresas se orientan al desarrollo de PYMES dirigidos a sus proveedores, el establecimiento de manuales de contratación y de comités de compras, asesorías y acompañamiento a sus proveedores, distinciones especiales y mecanismos de selección, evaluación y reevaluación de los mismos.

Los accionistas

El grupo de interés de los **accionistas** adquiere una especial relevancia para las empresas de servicios públicos. Al respecto, muchas empresas cuentan con Códigos de Buen Gobierno, así como con políticas de control de riesgo en la medida en que muchas tienen calificaciones de riesgo, que en general son positivas.

Algunos de los programas que las empresas adelantan para relacionarse con sus accionistas son los sistemas de gestión integral de riesgo, los sistemas de administración basada en el valor, líneas de atención al accionista, las políticas de dividendos o mecanismos de transparencia informativa.

Adicionalmente las empresas están dispuestas a desarrollar otros programas dirigidos a los accionistas como: códigos de ética, comités de auditoria con participación de la Junta Directiva y medidas de protección a sus inversionistas.

El panorama expuesto en las últimas secciones conforma el estado actual de la RSE en las empresas miembros del gremio. El conjunto de estas políticas permite identificar orientaciones para guiar a las corporaciones hacia futuros escenarios en los cuales las acciones socialmente responsables condicionaran las relaciones con cada unos de los *stakeholders* de manera positiva o negativa.

De esta manera, las empresas pueden reservarse un amplio margen de maniobra para procurarse contextos más favorables de funcionamiento. A partir de la identificación de los efectos negativos que ejercen las inestabilidades o la degradación de ciertas variables nacionales o internacionales, las empresas tienen la capacidad de construir escenarios futuros alternativos.

Para este efecto, la RSE se convierte en un instrumento muy útil para la planeación estratégica empresarial. Una política formal y sostenible a largo plazo permite identificar claramente los grupos de interés

ofreciendo al mismo tiempo, las herramientas de creación y profundización de relaciones constructivas. El conjunto característico de relaciones inscritas bajo la RSE, definida por los principios del Pacto Mundial, permitirá la creación de espacios para la construcción de acciones socialmente responsables tendientes a la generación de nuevas alternativas de futuro.

De esta manera, y teniendo en cuenta los resultados del estudio de percepción y del estado de las acciones de responsabilidad social de las empresas del gremio, el estudio de prospectiva permitió la definición de estrategias posibles de RSE para alcanzar el escenario futuro deseado por las empresas de servicios públicos.

IV. Prospectiva de la responsabilidad social en los servicios públicos en el país

A partir de un ejercicio de prospectiva, cuya metodología está basada en el establecimiento de “factores de cambio” y de su evolución en el largo plazo (10 años), se identificaron las “variables estratégicas” que determinan las diferentes hipótesis de futuro (año 2015), de acuerdo con la capacidad de los actores para construir dicho futuro.

Como ejercicio para pensar y preparar el futuro, el trabajo de prospectiva permitió identificar cuatro escenarios posibles (ver anexo 2). De estos escenarios, las empresas escogieron el escenario **UNO: “UNA SITUACIÓN IDEAL”**.

A partir de este escenario, corresponde a las empresas construir y adoptar las estrategias y acciones para su consecución y es ahí donde la responsabilidad social se convierte en una herramienta fundamental para la realización de los objetivos de largo plazo del escenario elegido.

A. El escenario ideal

El escenario apuesta al 2015 denominado **“UNA SITUACIÓN IDEAL”** se caracteriza por un sector constituido por empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios que:

- Administran efectivamente sus recursos,
- Buscan continuamente la innovación y la creatividad tecnológica en sus operaciones y desarrollo del negocio,
- Construyen relaciones productivas y de mutuo beneficio con la sociedad, a partir del óptimo manejo de la información y del conocimiento y utilización de vías de comunicación con sus grupos de interés.

En este escenario, las empresas ejercen un control efectivo sobre los recursos a los que tienen acceso, logran una alta eficiencia y productividad en su negocio, garantizan la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales, y brindan a la totalidad de la población el acceso a los servicios públicos domiciliarios básicos.

Este escenario ideal consolida al mismo tiempo:

- El bienestar de todos los ciudadanos a través de la prestación y acceso a un óptimo servicio,
- La eficiencia empresarial por medio de la productividad y la innovación con mínimos impactos ambientales y la anticipación de las necesidades y expectativas de la sociedad.

Esto permite que las empresas de servicios públicos domiciliarios alcancen tanto resultados financieros como sociales y medioambientales.

El logro de este escenario implica el diseño de estrategias que faciliten la construcción de futuro, a partir de la identificación de acciones, la inversión de recursos, y el seguimiento exhaustivo de los factores críticos de éxito.

B. Estrategias para alcanzar el escenario ideal

La construcción de estrategias requiere coherencia y consistencia entre medios, acciones y metas que permitan ubicar a la organización en su entorno confiriéndole la capacidad de movilizar sus fuerzas para lograr el objetivo propuesto.

Las estrategias definidas⁹ persiguen seis (6) objetivos que garantizan que en el 2015 el escenario escogido sea una realidad.

Las estrategias se expresan mediante enunciados, que de manera breve y sencilla representan el “querer ser” o “querer hacer”. Se entiende que una

⁹ Estas estrategias se definieron en un taller realizado con Andesco el 15 de septiembre de 2005.

una estrategia se define como un grupo de acciones que apuntan a lograr un objetivo y a cumplir una meta determinada.

Los objetivos son resultados esperados formulados en términos amplios. La meta es la cuantificación del objetivo. Las acciones son las actividades que se deben realizar para lograr la meta y perseguir el objetivo.

Las diferentes variables que han servido para determinar los eventos y en conjunto los escenarios (ver anexo 2), sirven ahora como variables estratégicas. A través de las diferentes acciones se busca construir el escenario apuesta, a partir de la neutralización de las debilidades y amenazas encontradas y el aprovechamiento de las fortalezas y las oportunidades.

Los objetivos provienen de las variables clave. Las metas provienen de los eventos (ver anexo 2). Para definir las acciones se recurrió a la técnica de la lluvia de ideas¹⁰.

En un estudio prospectivo, las estrategias se definen a partir de la importancia y de la gobernabilidad de las posibles acciones. Para efectos de este trabajo se utilizó la técnica IGO (Importancia y Gobernabilidad). La importancia es la pertinencia de la acción con su correspondiente objetivo. La gobernabilidad es el control que la organización, y en este caso las empresas de servicios públicos domiciliarios, tienen sobre las acciones propuestas.

¹⁰ Estas se analizaron en un taller de expertos, el cual se realizó el 15 de septiembre de 2005 en las instalaciones de la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes – ANDESCO.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

Para obtener el valor de la importancia se estima el promedio de las calificaciones de diferentes expertos. Para calcular la gobernabilidad se obtiene un promedio a partir de una correspondencia entre letras y números. Estos datos se llevan a un plano cartesiano, que a continuación se presenta y donde la ordenada es Importancia y la abscisa es Gobernabilidad.

Tabla 12: Importancia y Gobernabilidad –IGO–

IMPORTANCIA	Alta importancia. Baja Gobernabilidad RETOS	Alta importancia Alta gobernabilidad ACCIONES INMEDIATAS
	Baja importancia Baja gobernabilidad	Baja importancia Alta gobernabilidad
	GOBERNABILIDAD	

Cada variable cuenta con acciones que fueron calificadas según los criterios de importancia y gobernabilidad así:

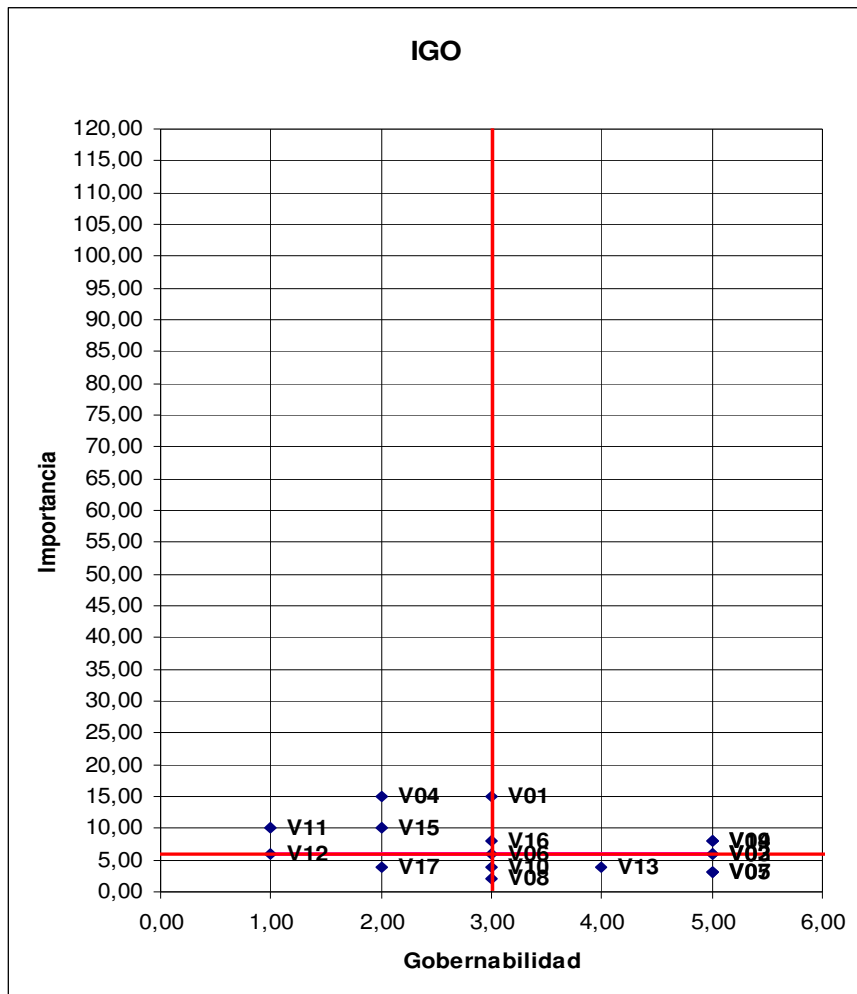
Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 13: Importancia y Gobernabilidad para las variables clave

Rotulo	Acción / Variable	Gobernabilidad	Importancia	Mediana_I
V01	Focalizar los subsidios que otorga el estado (definir el mercado y redefinir el subsidio)	3,00	15,00	6,00
V02	Buscar medios no convencionales para acceder a los servicios públicos	5,00	6,00	6,00
V03	Recurrir a la comunidad para suministrar los servicios, como complemento del medio tradicional	5,00	6,00	6,00
V04	Lograr que la regulación, la supervisión y control responda a una racionalidad económica	2,00	15,00	6,00
V05	Cumplimiento e implementación de códigos de buen gobierno	5,00	3,00	6,00
V06	Fortalecer la regulación con criterios de eficiencia	3,00	6,00	6,00
V07	Promover tecnologías pertinentes a la realidad del mercado	5,00	3,00	6,00
V08	Permitir que la sociedad genere riqueza a través del rendimiento de la empresa	3,00	2,00	6,00
V09	Continuar con las inversiones de la empresas a favor de la sociedad	5,00	8,00	6,00
V10	Informar a la sociedad civil de los mecanismos para ejercer la veeduría con responsabilidad	3,00	4,00	6,00
V11	Propiciar acciones responsable por parte de la clase política, el poder jurisdiccional y los organismos de control	1,00	10,00	6,00
V12	Propender por la responsabilidad de los medios de comunicación	1,00	6,00	6,00
V13	Establecer modelos de gestión que pertinan la competitividad	4,00	4,00	6,00
V14	Elevar el nivel del talento humano	5,00	8,00	6,00
V15	Propender por la estabilidad del modelo de gestión	2,00	10,00	6,00
V16	Buscar una normativa y aplicaciones rígidas y factibles del manejo ambiental	3,00	8,00	6,00
V17	Responsabilizar y empoderar a la sociedad civil en el control del medio ambiente	2,00	4,00	6,00

El resultado del ejercicio se puede representar en el siguiente plano cartesiano:

Gráfico 10



De esta manera, las estrategias seleccionadas para alcanzar el escenario futuro “UNA SITUACIÓN IDEAL” y en donde las políticas de responsabilidad social son determinantes fueron las siguientes:

ESTRATEGIA No.1. EQUIDAD SOCIAL Y DISMINUCION DE LA POBREZA

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

Variables	Acción	Importancia	Gobernabilidad
EQUIDAD SOCIAL Y DISMINUCION DE LA POBREZA	Focalizar los subsidios que otorga el estado (definir el mercado y redefinir el subsidio)	alta	moderada
	Buscar medios no convencionales para acceder a los servicios públicos	mediana	alta
	Recurrir a la comunidad para suministrar los servicios, como complemento del medio tradicional	mediana	alta

Objetivo: Brindar acceso a los Servicios Públicos a toda la población.

Acciones claves para lograr este objetivo (RETOS)

1. Focalizar subsidios que otorga el estado (definir el mercado y redefinir el subsidio)

Acciones que se pueden realizar inmediatamente

1. Buscar medios no convencionales para acceder a los servicios públicos

ESTRATEGIA No. 2. SOSTENIBILIDAD MÁS ALLA DE LOS RESULTADOS ECONOMICOS

Variables	Acción	Importancia	Gobernabilidad
SOSTENIBILIDAD MAS ALLA DE LOS RESULTADOS ECONOMICOS	Lograr que la regulación, la supervisión y control responda a una racionalidad económica	muy baja	alta
	Cumplimiento e implementación de códigos de buen gobierno	mediana	moderada
	Fortalecer la regulación con criterios de eficiencia	moderada	moderada

Objetivo: Generar mayor calidad de vida para los ciudadanos además de una permanente contribución a la riqueza del país, mediante la

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

generación de empleo y crecimiento económico, gracias a la adecuada inversión de los rendimientos de las empresas.

Acciones claves para lograr este objetivo (RETOS)

1. Lograr que la regulación, supervisión y control responda a una racionalidad económica
2. Fortalecer la regulación con criterios de eficiencia

ESTRATEGIA No. 3. INVERSIONES SOSTENIBLES

Variables	Acción	Importancia	Gobernabilidad
INVERSIONES SOSTENIBLES	Promover tecnologías pertinentes a la realidad del mercado	mediana	moderada
	Permitir que la sociedad genere riqueza a través del rendimiento de la empresa	moderada	baja
	Continuar con las inversiones de la empresas a favor de la sociedad	mediana	alta

Objetivo: Lograr que la riqueza generada mediante los rendimientos de las empresas sean invertidos en tecnologías cada vez más limpias y eficientes, en conseguir la sostenibilidad de las empresas, y sobre todo que estas inversiones se hagan en beneficio de la sociedad.

Acciones que se pueden realizar inmediatamente

1. Continuar con las inversiones de la empresa a favor de la sociedad

ESTRATEGIA No. 4. GOBERNABILIDAD

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

VARIABLES	Acción	Importancia	Gobernabilidad
GOBERNABILIDAD	Informar a la sociedad civil de los mecanismos para ejercer la veeduría con responsabilidad	moderada	baja
	Propiciar acciones responsable por parte de la clase política, el poder jurisdiccional y los organismos de control	extremadamente baja	alta
	Propender por la responsabilidad de los medios de comunicación	extremadamente baja	alta

Objetivo: Propender por la adecuada articulación entre las empresas, los entes jurídicos, políticos, sociales y de control, de tal forma que la expedición de la normatividad se haga de conformidad con las realidades del país.

Acciones claves para lograr este objetivo (RETOS)

1. Propiciar acciones responsables por parte de la clase política, el poder judicial y los organismos de control
2. Propender por la responsabilidad de los medios de comunicación.

ESTRATEGIA No. 5. ESTABILIDAD FINANCIERA

VARIABLES	Acción	Importancia	Gobernabilidad
ESTABILIDAD FINANCIERA	Establecer modelos de gestión que pertinen la competitividad	mediana	baja
	Elevar el nivel del talento humano	mediana	alta
	Propender por la estabilidad del modelo de gestión	medianamente baja	alta

Objetivo: Lograr que los modelos de gestión que se implementen en las empresas tengan continuidad a través de las diferentes administraciones y por su puesto, que dichos modelos sean altamente capaces en conseguir eficiencia y rentabilidad.

Acciones claves para lograr este objetivo (RETOS)

1. Propender por la estabilidad del modelo de gestión pública

Acciones que se pueden realizar inmediatamente

1. Elevar el nivel del talento humano en las organizaciones

ESTRATEGIA No. 6. GESTIÓN AMBIENTAL

Variables	Acción	Importancia	Gobernabilidad
GESTIÓN AMBIENTAL	Buscar una normativa y aplicaciones rígidas y factibles del manejo ambiental	moderada	alta
	Responsabilizar y empoderar a la sociedad civil en el control del medio ambiente	medianamente baja	mediana

Objetivo: Lograr la conservación y preservación del medio ambiente, mediante el cumplimiento estricto de la normatividad ambiental por parte de las ESP, y de manera primordial gracias a la toma de conciencia por parte de la sociedad sobre su papel en dicho objetivo.

Acciones claves para lograr este objetivo (RETOS)

1. Buscar una normatividad ambiental y la aplicación estricta de la misma.

C. Recomendaciones para alcanzar el escenario ideal

Este estudio prospectivo permitió identificar un horizonte alcanzable por las empresas de servicios públicos domiciliarios en términos de responsabilidad social empresarial. El logro de este objetivo requiere de una adecuada preparación desde el presente.

En un país de desarrollo medio como Colombia, con elevados índices de necesidades básicas insatisfechas, el papel de las empresas que conforman el sector de los servicios públicos es determinante. En primera instancia por que pueden contribuir al acceso generalizado de servicios básicos (acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, telecomunicaciones y gas). Segundo, porque fortalecen directamente la ciudadanía y la construcción de tejido social.

Debido a que la probabilidad de alcanzar el escenario apuesta no es muy alta y que cualquier desviación puede llevar a un escenario diferente, se debe realizar un constante seguimiento de las acciones propuestas dentro de cada estrategia.

De esta manera, la construcción de futuro de la estrategia de responsabilidad social de las empresas de servicios públicos domiciliarios es posible si se trabaja en función de las acciones planteadas, ya que ninguno de los objetivos se presenta inalcanzable, aunque hay varios retos importantes.

Las estrategias propuestas tienen dos niveles de dificultad para ponerlas en práctica. El primero, se plasma en las actividades

denominadas RETOS. El segundo, se refleja en aquellas actividades que se pueden realizar inmediatamente.

Las acciones contempladas en este estudio contribuirán al cumplimiento de las estrategias si son apoyadas con los recursos económicos y financieros necesarios para su desarrollo. Además requieren de un monitoreo permanente de su desempeño para que su cumplimiento sea efectivo.

V. Principales retos y elementos para una agenda de responsabilidad social empresarial para las empresas de servicios públicos en Colombia

A. Solidaridad y cohesión social

De acuerdo con la Constitución Política de Colombia, los servicios públicos son “inherentes a la finalidad social del Estado” (artículo 365). Estos podrán ser prestados por los particulares y el Estado deberá asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Es por esta razón que estos servicios tienen el carácter de públicos y que en el panorama empresarial del sector existen empresas públicas, privadas y mixtas.

De esta manera, la prestación de servicios públicos constituye una actividad, que se desarrolla en virtud del principio de la libertad económica y que contribuye al mismo tiempo al logro de los fines sociales del Estado.

El régimen de los servicios públicos, leyes 142 y 143 de 1994, tiene como objetivos: el logro de la eficiencia y la calidad en su prestación, la ampliación de su cobertura, la garantía de la participación libre y en condiciones de competencia entre los agentes, la separación de los diferentes roles del Estado, la búsqueda de la sostenibilidad financiera de las empresas, y la gestión eficiente regida por las normas del derecho privado.

Estas consideraciones indican la naturaleza particular del negocio de los servicios públicos. En este convergen, los fines sociales del Estado, como el mejoramiento de la calidad de vida, y el ejercicio de una actividad esencialmente económica, en el que aplica los principios de garantía de la iniciativa económica privada y de libre competencia (MONTAÑA, 2005). Así como la libre competencia es un derecho de todos, ésta supone responsabilidades, de manera que la empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones (HERNANDEZ, 2005:61).

En este sentido, la prestación de servicios públicos constituye un elemento de solidaridad y de cohesión social en el marco del Estado Social de Derecho en el que se refuerzan la función social de la empresa y la consecución de los fines sociales del Estado.

La solidaridad, como lo señala HERNÁNDEZ (2005), entendida como un compromiso de los miembros de la sociedad, en el sentido de respetar la dignidad humana de los otros, de cumplir con las finalidades de interés público y de cooperar para sacar adelante aquellos proyectos que afectan al conjunto de la comunidad. Esta se plasma en el sector de los servicios públicos, por ejemplo, en la concesión de subsidios a las personas de

menores ingresos para que puedan pagar las tarifas de los servicios de manera que se cubran sus necesidades básicas insatisfechas.

A partir de la solidaridad, se puede construir la cohesión social, entendida como la reducción de las brechas entre miembros de la sociedad para alcanzar la integración social y garantizar un desarrollo armónico. De acuerdo con el ejemplo citado, los subsidios a las tarifas de servicios públicos permiten que los miembros más vulnerables de la sociedad tengan acceso a los mismos servicios de calidad que los estratos más favorecidos, de manera que se eliminan factores de diferenciación y exclusión social.

En este sentido, los servicios públicos son fundamentales en el proceso de desarrollo. Los avances en materia de cobertura y calidad de los mismos, afectan de manera directa la mayoría de los indicadores que buscan reflejar el grado de desarrollo de una sociedad.

La adecuada provisión de servicios de agua potable y alcantarillado, por ejemplo, tiene un alto impacto social, pues como lo señala RESTREPO (2005:79), entre los servicios públicos “sin duda el primero y fundamental para el ser humano es el agua potable y el tratamiento oportuno de las aguas residuales”. De esta manera, las deficiencias en la prestación de estos servicios son un factor grave de inequidad, marginamiento, generación de enfermedades y exclusión social (RESTREPO, 2005).

Al respecto, los servicios públicos son factor de corrección de desigualdades, de mejoramiento de la distribución del ingreso y de creación de bienestar social (RUBIO, 2005:91). Más aún, los servicios

públicos son una condición para que los individuos puedan explotar su potencial humano, social y económico. Lo anterior se explica, como lo señala BOTERO (2005) porque dentro de la función de producción de los hogares, estos necesitan “comprar” ciertos insumos para producir su bienestar. Parte de esos insumos son los servicios públicos. “Por eso, no existe otro bien que tenga tanta relevancia en la vida cotidiana de la gente como la que tienen los servicios públicos”.

Así, existe un consenso acerca de la relación positiva entre prestación de servicios públicos de calidad, reducción de la pobreza, crecimiento económico y aumento de la competitividad nacional y regional.

Las consideraciones anteriores muestran la importancia del sector de los servicios públicos para el proceso de desarrollo por la naturaleza social de la actividad y por el papel que juega como factor determinante en dicho proceso. Las mismas consideraciones fijan los retos importantes a los que se enfrentan las empresas de servicios públicos.

B. Desarrollo de los 10 principios del Pacto Mundial en las empresas de servicios públicos

A continuación se abordan los principios del Pacto Mundial por temas y se hace una aproximación a su significado para las empresas de servicios públicos.

En todos los casos, es deseable que las empresas además de aplicar estos principios en el desarrollo de su negocio, exijan y verifiquen su cumplimiento por parte de sus grupos de interés, internos y externos.

Derechos Humanos

Principio uno: “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su área de influencia”

Este principio invita a las empresas a generar mayores niveles de responsabilidad sobre el respeto de los derechos humanos tanto en los lugares de trabajo como en su comunidad de influencia a través de políticas explícitas para desarrollar este objetivo.

Este tema adquiere especial importancia en el contexto colombiano por las condiciones sociales que vive el país, y para las empresas de servicios públicos cuya actividad es esencialmente localizada. Al respecto por su cercanía con las comunidades y a partir de los programas que desarrollan con las mismas, las empresas de servicios públicos juegan un papel muy importante y pueden seguir trabajando activamente en el desarrollo de este principio.

Principio dos: “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos”

De acuerdo con este principio, las empresas deben evitar: incurrir en complicidad en términos de acciones directas que atenten contra los derechos humanos; obtener beneficios indirectos por violaciones cometidas por otros agentes; o guardar silencio frente a violaciones claras de los derechos humanos en su área de influencia. En relación con el anterior principio, la presencia a lo largo del territorio nacional de las empresas de servicios públicos, las ubica en un lugar privilegiado para conocer y denunciar violaciones de los derechos humanos en sus

comunidades de influencia. Asimismo, de acuerdo con los resultados del estudio de las acciones y grupos de interés, las empresas del gremio deben fortalecer los mecanismos de seguimiento a sus proveedores y contratistas para garantizar que no incurren en ningún tipo de conducta violatoria de los derechos humanos.

Derechos Laborales

Principio tres: “Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”

Este principio busca que las empresas establezcan un diálogo verdadero con los trabajadores con el objetivo de entender mejor los problemas comunes. Para las empresas de servicios públicos este principio tiene una implicación adicional pues sus trabajadores son al mismo tiempo usuarios de los servicios que prestan las empresas. Esto puede aumentar el interés y compromiso de los empleados con el futuro de las empresas. Al respecto, las empresas deben continuar con el desarrollo de mecanismos de dialogo y comunicación con sus trabajadores.

Principio cuatro: “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”

En desarrollo de este principio, las empresas contribuyen al mejoramiento de las condiciones sociales de su área de influencia, pues las formas de trabajo forzoso o bajo coacción tienen efectos en la calidad del capital humano y la productividad. La ausencia de cobertura social por causa de estos comportamientos tiene un efecto devastador en los niveles de inclusión social de una

comunidad. Asimismo, generan inestabilidad social lo que en última instancia pone en peligro las inversiones efectuadas por las empresas. De acuerdo con los resultados del estudio de las acciones en responsabilidad social frente a los contratistas, las empresas del gremio deben mejorar sus mecanismos de seguimiento de este grupo de interés para garantizar que no hay lugar a este tipo de prácticas.

Principio cinco: “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”

Este principio es fundamental para los países en desarrollo donde la fuerza laboral infantil es aún ampliamente explotada lo que tiene un efecto directo en el crecimiento físico e intelectual de los niños. Las empresas de servicios públicos no utilizan mano de obra infantil y por lo tanto exigen a sus contratistas promover la erradicación de este fenómeno a través de la verificación de que en ninguna de las etapas de sus actividades se utiliza la mano de obra infantil y de la promoción de la escolaridad. En Colombia, este fenómeno es todavía muy presente. Por esta razón las empresas de servicios públicos, a partir del conocimiento que tienen de sus mercados, es decir, de la comunidad de influencia, y con su propio ejemplo pueden contribuir efectivamente a la lucha contra éste fenómeno. Al respecto, y teniendo en cuenta que muchas empresas adelantan programas de educación, es importante que estos se orienten a apoyar acciones que contribuyan al mantenimiento de los niños dentro del sistema escolar.

Principio seis: “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”

Las empresas son invitadas a verificar en sus procesos de selección de personal, en sus escalas salariales y sistemas de incentivos así como en la producción y provisión de sus bienes o servicios la aplicación del principio de equidad de género. Al respecto es importante garantizar que dentro de la planta de personal de las empresas del gremio, se garantice la equidad de género.

Medio Ambiente

Principio siete: “Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

El principio invita a tener un enfoque preventivo en el tema ambiental pues todas las actividades empresariales dependen en alguna medida de la disponibilidad de recursos naturales, más aún en el sector de los servicios públicos.

El enfoque preventivo busca que las empresas vayan más allá de la reparación de los daños ambientales en los que incurren o del cumplimiento de los mínimos legales en materia de gestión ambiental, y eviten incurrir en comportamientos donde existe el más mínimo riesgo ambiental.

Una vez más, el principio adquiere mucha importancia para las empresas de servicios, pues dependen de la explotación del medio ambiente, agua para consumo y para producción de energía por ejemplo, y porque el soporte de su operación es el territorio. De esta manera las empresas del sector asumen su alta responsabilidad en el tema a través de múltiples programas de conservación, uso racional y protección del medio

ambiente, que tienen un alto impacto en el estado del entorno de las empresas y en la rentabilidad y eficiencia de las mismas.

Principio ocho: “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”

La Cumbre de la Tierra de Río, celebrada en 1992 llamó la atención de las empresas, en el capítulo 30 de la Agenda 21, para desarrollar una “...gestión responsable y ética de los productos y los procesos de fabricación desde el punto de vista de la salud, la seguridad y el medioambiente. Hacia este fin, las empresas y la industria deben encaminar sus medidas autorreguladoras, orientándose hacia la aplicación de los códigos adecuados, los permisos y las iniciativas integradas en todos los estamentos de la planificación empresarial y la toma de decisiones y fomentando la apertura y el diálogo con los empleados y con el público”.

En la misma línea del anterior principio, las empresas de servicios públicos deben continuar con el desarrollo de procesos de prestación de los servicios donde se impacte lo mínimo posible el medio ambiente y se vaya más allá de los requisitos legales (licencias ambientales, estudios de impacto y factibilidad, etc.) para reducir al máximo la degradación ambiental. Se debe destacar que la mayoría de las empresas adelantan programas de sensibilización y educación de las comunidades de influencia en cuanto al uso y conservación de los recursos naturales, lo que contribuye directamente con la promoción de la responsabilidad ambiental.

Principio nueve: “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”

Al respecto, el capítulo 34 de la Agenda 21 define las tecnologías “ambientalmente saludables” como aquellas que “protegen el medio ambiente, contaminan menos, utilizan los recursos de una forma sostenible, reciclan más sus vertidos y productos y manejan los residuos de una manera más aceptable que las tecnologías a las cuales sustituyen. No se trata de tecnologías meramente individuales sino de sistemas integrales que incluyen know-how, procedimientos, productos y servicios y equipos así como procesos que mejoran la organización y la gestión medioambiental.”

Para las empresas de servicios públicos esto significa que además de desarrollar medios de alta tecnología y control en los procesos de prestación de los servicios también se favorezca de forma explícita el enfoque preventivo progresivo a través de la prevención de la contaminación y las tecnologías de producción más limpia. Esto además de tener un impacto en la calidad del medio ambiente, es un factor de productividad para la empresa.

Al respecto, muchas empresas cuentan dentro de su estructura administrativa con equipos encargados del desarrollo y aplicación de tecnologías inofensivas para el medio ambiente y que al mismo tiempo, mejoran la eficiencia en los procesos de producción y prestación de los servicios públicos.

Lucha contra la corrupción

Principio diez: “Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”

De esta manera, el Pacto invita a las empresas a tener una actitud proactiva frente a la lucha contra corrupción bajo todas sus formas, no sólo en sus relaciones con el Estado sino con todos sus grupos de interés internos y externos. Esto implica procesos claros y transparentes que promueven la gobernabilidad interna de la empresa así como la gobernabilidad del área donde opera.

Para las empresas de servicios públicos, que prestan un servicio esencial para la calidad de vida de la población y que, como se afirmó anteriormente, tienen un contacto permanente con la casi totalidad de los individuos, el desarrollo de procesos transparentes es fundamental tanto desde el punto de vista ético como del de su imagen corporativa pues sus acciones son más visibles que las de cualquier otra empresa de otro sector de actividad. Adicionalmente, es importante rescatar el hecho de que las empresas de servicios públicos por su presencia local pueden contribuir al desarrollo de políticas públicas transparentes en sus comunidades de influencia.

C. El triángulo de la acción: producto-modelo de negocio-modelo empresarial

Dada su doble connotación como bienes públicos globales y como factores determinantes del bienestar y desarrollo de la sociedad, los servicios públicos son cada vez más el centro de atención del diálogo internacional y por tanto de la regulación, la vigilancia y el monitoreo

global. Bajo esta perspectiva, corresponde a los actores del desarrollo humano adoptar políticas y estrategias que lleven al logro de la eficiencia y efectividad en la prestación de los servicios públicos.

Desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial del Pacto Mundial, es necesario que se aborde un conjunto de elementos denominado el triángulo de la acción, relacionados con el beneficio final de los servicios públicos para los ciudadanos, es decir, pasar del paradigma de la cobertura y calidad al paradigma del aprovechamiento y construcción de bienestar. Estos elementos son:

- **El concepto de servicio público como elemento constructor de bienestar y desarrollo social.**

Es importante que se generalice el concepto ciudadano de bienestar social a partir de los servicios públicos. Para ello, es necesario que se creen mecanismos específicos para que la sociedad en su conjunto los valore, los respete y garantice a partir de ellos el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Esto lleva a la noción de agregación de valor y en consecuencia a la traducción del servicio público (acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, gas combustible, aseo urbano y disposición final de residuos sólidos, telecomunicaciones, etc.) en un bien público (Desarrollo Humano, saneamiento básico, medio ambiente, salud, educación, etc.)

La reflexión debe orientarse a definir los límites de la acción empresarial, que en el momento se centran en la prestación del servicio, y ver en que

medida las empresas deben, por ejemplo a través de la responsabilidad social, incidir en la traducción de dichos servicios en bienes públicos.

- **El modelo general del negocio de los servicios públicos debe traducir el espíritu de la democracia, la equidad y el desarrollo humano.**

El modelo del negocio es la manera como está estructurada la interacción de los actores que llevan a la producción, disposición y aprovechamiento del servicio público. La ley 142 de 1994, ahondó en este modelo generando instituciones de participación y control ciudadano, a la vez que creó un marco tarifario que busca equilibrar la economía del negocio mediante tarifas que permiten la sostenibilidad empresarial y esquemas de subsidios que compensan las desigualdades sociales.

No obstante, es necesario que las empresas identifiquen las denominadas “oportunidades sociales”, que son prácticas orientadas a mejorar las condiciones de prestación y uso de los servicios públicos para todos los segmentos de la población.

La consolidación del modelo de negocios igualmente requiere transformar la relación entre los actores. En lo que se denomina “Ruta Corta”, el Banco Mundial propone que la relación más importante sea entre las empresas y los usuarios y que requiera cada vez menos la intermediación del Estado (ruta larga). Esta propuesta requiere de la creación de programas de fortalecimiento del consumidor, cuando menos en tres aspectos básicos: generación de valor social a partir de los servicios públicos, consumo responsable, e interacción proactiva y constructiva con los prestadores del servicio.

- **El planteamiento organizacional requiere de la configuración de empresas competitivas, eficientes, efectivas y sostenibles, vinculadas al estado social de derecho y motores del desarrollo humano para sus grupos de interés.**

Hemos visto elementos de responsabilidad social orientadas al servicio público en sí mismo y hacia el modelo general del negocio, que son ambas parte integrante de la responsabilidad social empresarial de las empresas de servicios públicos, y en los cuales debe tener manifestación las tres aproximaciones propuesta por el Pacto Mundial (responsabilidad política, centrada en el negocio, y de inversión social).

El elemento final es el relacionado con el comportamiento empresarial propiamente dicho. Para el caso de las empresas de servicios públicos en Colombia, es claro, y así lo demuestran los estudios realizados, que el Esquema de Servicios Públicos se encuentra en un proceso de consolidación, en espera incluso de que algunos de los elementos regulatorios adquieran un carácter de autogestión y autorregulación. Esta no es precisamente una situación de inestabilidad, sino de ajuste y aprendizaje. Algunas de las hipótesis de la Ley 142 se han verificado, como es el caso de la sostenibilidad del esquema empresarial en relación con el marco tarifario, pero otras aún requieren de mayor precisión y desarrollo.

D. Recomendaciones de política

Así las cosas se pueden hacer las siguientes recomendaciones para las políticas de responsabilidad social empresarial de estas empresas:

- Canalizar la inversión social de las empresas de servicios públicos hacia programas que aseguren su traducción en bienestar social, logro de los objetivos del milenio y el desarrollo humano, en especial en comunidades vulnerables.
- Intensificar el desarrollo de modelos de prestación de servicios públicos que faciliten una mejor atención al cliente por ejemplo a través de sistemas de cobro y recaudo innovadores, oficinas cercanas a los sitios de residencia y puntos de atención, o paquetes de servicios para la promoción del desarrollo, entre otros.
- Consolidar una gestión política y social que contribuya a la estabilidad y sostenibilidad del sistema de servicios públicos domiciliarios, en especial en lo relacionado con la gobernabilidad y transparencia de las relaciones entre el Estado, las empresas y los usuarios.
- Aportar mecanismos de monitoreo y evaluación del funcionamiento del sistema de servicios públicos en sus modelos privado, mixto y público.
- Implementar y fortalecer modelos empresariales y de negocio que disminuyan la brecha técnica, organizacional y social de los servicios públicos entre los distintos municipios del país.
- Vincularse como empresas de manera efectiva al Estado Social de Derecho en calidad de ciudadanos corporativos.
- Vigilar y monitorear el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales relacionados con los servicios públicos.

Hacia la Responsabilidad Social Empresarial

- Hacer aportes efectivos a la defensa nacional y global de los bienes públicos globales.
- Defender y promover con acciones concretas los principios del Pacto Mundial y el desarrollo humano en el país.

BIBLIOGRAFÍA

BOTERO GARCÍA Jesús Alonso, (2005) *“La política distributiva en los servicios públicos”* en, Los servicios públicos como instrumento de solidaridad y cohesión social del Estado, Serie Bibliotheca Millennio, Colección derecho económico y de los negocios, El Navegante Editores. Bogotá,.

HERNÁNDEZ GALINDO José Gregorio, (2005) *“Los servicios Públicos en la Constitución Política”*, en, Los servicios públicos como instrumento de solidaridad y cohesión social del Estado, Serie Bibliotheca Millennio, Colección derecho económico y de los negocios, El Navegante Editores. Bogotá,.

MONTAÑA PLATA, Alberto, (2005), *“El concepto de servicio público en el derecho administrativo”*, segunda edición. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.

MONTENEGRO Armando y Rafael Rivas, (2005), *“Las piezas del rompecabezas, Desigualdad, pobreza y crecimiento”*, Editorial Taurus, Bogotá.

RESTREPO Juan Camilo, (2005), *“Los subsidios a los servicios públicos”*, en, Los servicios públicos como instrumento de solidaridad y cohesión social del Estado, Serie Bibliotheca Millennio, Colección derecho económico y de los negocios, El Navegante Editores. Bogotá.

“Informe sobre el desarrollo mundial, 2004: servicios para los pobres”, (2003), Banco Mundial, Coedición Banco Mundial, Mudi-Prensa Libros S.A., Alfaomega Editor S.A.. Washington.

“Encuesta de Percepción ciudadana sobre los Servicios Públicos Domiciliarios”, (2004) Centro Nacional de Consultoría, Colección Documentos SSPD, Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. Bogotá.

10 años de desarrollo humano en Colombia (2003), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-DNP-ACCI, Bogotá.

“Impacto Sectorial de los diez años de la legislación marco de servicios públicos domiciliarios en Colombia”, Económica Consultores, Pablo Roda – Consultor, Colección Documentos SSPD, Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. Bogotá, Octubre 2004.

Sitios web:

www.csr.com

www.dnp.gov.co

www.unglobalcompact.org