

**ANÁLISIS SOBRE PLANES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS
DOMICILIARIOS DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA: CASO ORIENTE
ANTIOQUEÑO**

LUIS FERNANDO GONZÁLEZ BARRETO

MARISELA SOFÍA MARIN MUÑOZ

MARÍA PATRICIA MOJICA

**Ejercicio de investigación de Grado para Optar al Título de
Especialistas en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial**

ASESOR:

Mg. ELKIN PEREZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ

ESCUELA DE POSTGRADOS

**ESPECIALIZACION EN GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL**

MEDELLÍN

2012

TABLA DE CONTENIDO

	PAG
GLOSARIO	4
1. TÍTULO	7
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
3.1 Antecedentes	10
3.1.1 <i>La Responsabilidad Social Empresarial a nivel internacional</i>	10
3.1.2 <i>La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia</i>	13
3.1.3 Responsabilidad Social y Servicios Públicos en Colombia	17
3.1.4 Responsabilidad Social y servicios Públicos en Antioquia	17
3.2 Planteamiento del Problema	24
3.3 Pregunta de investigación	25
4. MARCO TEÓRICO	26
4.1 Definiciones de responsabilidad Social Empresarial	26
4.2 <i>Planes de Responsabilidad Social Empresarial</i>	29
4.3 <i>Estándares de RSE</i>	36
4.4 <i>Definición de Servicios Públicos Domiciliarios</i>	38
4.5 <i>Normatividad</i>	38
4.5.1 <i>Ley 142 de Servicios Públicos Domiciliarios</i>	38
4.5.2 <i>Ley 134 de Participación Ciudadana</i>	39
4.5.2.1 <i>Las Comunidades Organizadas</i>	40

5. OBJETIVOS	42
5.1 Objetivo General	42
5.2 Objetivos Específicos	42
6. DISEÑO METODOLÓGICO	43
6.1 Paradigma y enfoque de investigación	43
6.2 Tipo de Investigación	43
6.3 Unidad de trabajo	43
6.3.1 <i>muestra</i>	44
7. ANÁLISIS Y RESULTADOS	45
8. CONCLUSIONES	53
9. RECOMENDACIONES	55
10. RESPONSABILIDAD ETICA	56
11. BIBLIOGRAFÍA	57
12 CIBERGRAFÍA	61

GLOSARIO

Acciones de Responsabilidad Social: actuaciones aisladas y no programadas que realizan empresas, personas u organizaciones y tiene connotaciones de Responsabilidad Social.

Competitividad: capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Corporación Red de pacto global: es un sistema que articula diferentes actores; canaliza flujos de información y genera cultura hacia la Responsabilidad Social Corporativa en Colombia.

Corporación: Una corporación es una persona jurídica (distinta de una persona física) que a menudo posee derechos amparados por la ley similares a aquellos de una persona natural.

Empresa de servicios públicos oficial (pública): Es aquella en cuyo capital la Nación, las entidades territoriales, o las entidades descentralizadas de aquella o estas tienen el 100% de los aportes.

Empresa de servicios públicos mixta: Es aquella en cuyo capital la Nación, las entidades territoriales, o las entidades descentralizadas de aquella o éstas tienen aportes iguales o superiores al 50%.

Empresa de servicios públicos privada: Es aquella cuyo capital pertenece mayoritariamente a particulares, o a entidades surgidas de convenios internacionales que deseen someterse íntegramente para estos efectos a las reglas a las que se someten los particulares.

Empresas Transnacionales (ETN'S): Las empresas multinacionales (EMN) o empresas transnacionales son aquellas que no solo están establecidas en su país de

origen, sino que también se constituyen en otros países para realizar sus actividades mercantiles tanto de venta y compra como de producción en los países donde se han establecido

Filantropía: significa el amor al género humano y todo lo que a la humanidad respeta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta

Grupos de interés: Un Grupo de Interés, o Stakeholders como se denomina en Inglés, está constituido por personas, organizadas o no, que tienen un interés en la empresa, que pueden demandar algo de ella, o que pueden verse afectados por sus actos u omisiones.

Ley 142 de 1994: ley aprobada por el congreso de Colombia en 1994 denominada de servicios públicos, busca educar e iniciar el camino para el establecimiento e implementación de la política pública de regulación de los servicios públicos domiciliarios, así como regula todo lo relativo a la conformación de empresas prestadoras de estos servicios, las tarifas, y la relación entre los actores involucrados en la prestación de estos.

Planes de Responsabilidad Social: conjunto de acciones programadas y medibles que las empresas hacen de manera Voluntaria buscando mejoramiento social, económico y ambiental y que involucran a sus grupos de interés.

PYMES: Término que se refiere a las pequeñas y medianas empresas, con un número no muy grande de trabajadores, y con una facturación moderada.

Rentabilidad: es la capacidad que tienen los negocios para generar suficiente utilidad o beneficio.

Responsabilidad Social Empresarial (R.S.E): contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas.

Servicios Públicos Domiciliarios: Son aquellos bienes tangibles o intangibles y prestaciones que reciben las personas en su domicilio o lugar de trabajo, para la satisfacción de sus necesidades básicas de bienestar y salubridad prestados por el Estado o por los particulares mediante redes físicas o humanas con puntos terminales en los

lugares donde habitan o laboran los usuarios, bajo la regulación, control y vigilancia del Estado, a cambio del pago de una tarifa previamente establecida.

Servicio público domiciliario de acueducto: Llamado también servicio público domiciliario de agua potable. Es la distribución municipal de agua apta para el consumo humano, incluida su conexión y medición. También se aplica la ley a las actividades complementarias tales como captación de agua y su procesamiento, tratamiento, almacenamiento, conducción y transporte.

Servicio público domiciliario de alcantarillado: Es la recolección municipal de residuos, principalmente líquidos, por medio de tuberías y conductos. También se aplica la ley a las actividades complementarias de transporte, tratamiento y disposición final de tales residuos.

Servicio público domiciliario de aseo: Es el servicio de recolección municipal de residuos, principalmente sólidos. También se aplica la ley a las actividades complementarias de transporte, tratamiento, aprovechamiento y disposición final de tales residuos.

Servicio Público de Energía: Es el transporte de energía eléctrica desde las redes regionales de transmisión hasta el domicilio del usuario final, incluida su conexión y medición. También se aplicará esta Ley a las actividades complementarias de generación, de comercialización, de transformación, interconexión y transmisión.

Sostenibilidad: habla de cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos y productivos con el transcurso del tiempo. Se refiere al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. En esta investigación se hace alusión a la durabilidad en un tiempo que permita que otras generaciones puedan acceder a un recurso.

Superintendencia de servicios públicos domiciliarios: Es un organismo de carácter técnico. Creado por la Constitución de 1.991, la cual tiene a su cargo vigilar y controlar el cumplimiento de las Leyes y actos administrativos a los que estén sujetos quienes presten servicios públicos, en cuanto al cumplimiento afecte en forma directa e inmediata a usuarios determinados; y sancionar sus violaciones, siempre y cuando esta función no sea competencia de otra autoridad.

Suscriptor o cliente: Persona natural o jurídica con la cual se ha celebrado un contrato de condiciones uniformes de uno o varios servicios públicos.

Suscriptor Potencial: Persona que ha iniciado consultas con una empresa prestadora de servicios públicos para convertirse en cliente y solicitar el servicio o servicios.

TIC: Abreviatura referida a las tecnologías de la innovación y telecomunicaciones.

Usuario: Persona natural o jurídica que se beneficia con la prestación de un servicio público, bien como propietario del inmueble en donde este se presta, o como receptor directo del servicio. A este último usuario se denomina también consumidor.

1. TITULO

ANÁLISIS DE PLANES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA: CASO ORIENTE ANTIOQUEÑO.

2. JUSTIFICACIÓN

En Colombia, en los últimos años han existido debates en torno a la prestación, universalización y usufructo de los servicios públicos domiciliarios, además de cuestionamientos sobre las empresas que los prestan, los costos que deben asumir los clientes y usuarios, la expansión de los servicios, los mínimos vitales, y hasta el derecho constitucional de que cada colombiano tenga la posibilidad de acceder a ellos como parte del mejoramiento de la calidad de vida. Sumado a esto se encuentra la opinión no sólo del alto margen de las ganancias que obtienen las empresas que prestan éstos servicios, las acciones técnicas que estas desarrollan para lograr la calidad, eficiencia y costo justo en su prestación, sino también sobre las acciones de responsabilidad social para lograr la expansión y ampliación de cobertura del servicio, la inclusión de pobladores de bajos recursos, y la manera como estas empresas se relacionan con su entorno y grupos de interés.

Para el caso del departamento de Antioquia según la información consultada son pocos los estudios realizados sobre el tema de la Responsabilidad Social Empresarial y los planes implementados en las empresas de servicios públicos domiciliarios, más aún en la región del oriente antioqueño donde el tema de la R.S.E no ha estado relacionado con las empresas de este sector, como se observa en las experiencias de la Cámara de Comercio del oriente y Confecámaras, por ello la importancia de realizar un estudio de análisis de las acciones realizadas respecto a la parte de responsabilidad social.

Con esta investigación se pretende identificar si las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios del Oriente Antioqueño, han implementado planes de Responsabilidad Social y si aquellas que tienen acciones de este tipo las enmarcan dentro de las políticas de la organización, lo cual le permitirá dimensionar la importancia de la asumir la Responsabilidad Social como proceso en el desarrollo del objeto empresarial. De esta forma se aportaría en la elaboración de un diagnóstico del tema en las empresas de servicios públicos, a la vez que se identificarían las necesidades de estas respecto a la implementación de este tipo de planes, que redundan en el tema de la Responsabilidad social de estas empresas.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Para la construcción de los antecedentes del problema, se partió de lo encontrado a nivel internacional hasta llegar al ámbito local, haciendo una revisión de textos, investigaciones, artículos y páginas web que dieran cuenta del problema, y las políticas y acciones encaminadas a la existencia de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios.

3.1.1 *la responsabilidad social empresarial a nivel internacional.*

Según Vives, A. (2011) aunque diversos autores sitúan el origen de la Responsabilidad Social Empresarial desde la Revolución industrial, podemos indicar que aun y cuando los estudios teóricos sobre la temática comienzan en la década de los cincuenta con la publicación del libro: *Social Responsibilities of the Businessman* de Howard Bowen en 1953; el fenómeno de la RSE es de reciente aparición ya que sólo a finales de los años noventa con la difusión de los múltiples escándalos de diversas empresas de alto renombre cuando esta noción adquiere singular relevancia:

Después de las crisis económicas y financieras de 1997 y 1998 lo que hasta esos momentos habían sido críticas aisladas hacia las empresas transnacionales mundiales (ETN's) se transforman rápidamente en una reprobación general. Según el ensayo de RSE del blog Buenas Tareas (2011, pág. 13) "La naturaleza ambivalente de las grandes empresas, capaces de conjugar de la manera más natural un extraordinario dinamismo en el desarrollo de la productividad y la creación de riqueza con las más irresponsables actuaciones de destrucción de capital social y ambiental, se desvela en este último periodo con toda su violencia simbólica". El resultado es que las anteriores alabanzas dejan a los más agrios reproches y, en sólo unos años, en sectores muy significativos de la opinión pública las denuncias y acusaciones adquieren la dimensión de un acta general contra las grandes corporaciones. Se acusa al mundo de los negocios de contribuir a la aparición de nuevos riesgos ambientales y sociales asociados a un crecimiento económico sin control, del fuerte incremento de las desigualdades y de una

responsabilidad insoslayable en el agravamiento de los problemas de dualismos económico y social, con sus inevitables secuelas de diseminación de la pobreza y de la exclusión social.

Así el tema de la responsabilidad social empresarial aparece más como una demanda de la sociedad hacia las empresas y corporaciones que generan acciones destructivas sobre el medio ambiente y hacen aparecer nuevos problemas sociales, en búsqueda del crecimiento económico.

Al respecto Hernández. J (2009, pág. 63), indica que la RSC es un componente, una variable más de la reputación. Para que una empresa tenga una buena reputación tiene que ser responsable, entre otras cosas. El mapa de los intangibles, el de la fábrica sin fábrica y el de la empresa que añade valor al producto, es el escenario idóneo para el nacimiento de la RSC. Las empresas han desarrollado como nunca su ámbito comunicativo, y la RSC apuesta por gestionar el lazo afectivo con el cliente y los trabajadores a medio y largo plazo, a través de fundaciones, programas solidarios, actividades y, sobre todo, la construcción de una reputación fuerte, capaz de traducirse en ventajas competitivas y también en capacidad de administrar con éxito posibles crisis de imagen. Mientras la Responsabilidad Social Corporativa, integrada en el funcionamiento empresarial, va camino de convertirse en el gestor más rentable de los activos intangibles, la vía de la irresponsabilidad empresarial se hace más profunda.

Según Vives A (2011), respecto a la situación de la R.S.E en América Latina es difícil generalizar, la realidad económica y social a la que se enfrentan los países de la región es muy distinta. Lo mismo ocurre en los distintos enfoques en RSE. Las prácticas empresariales responsables han sufrido una evolución desde la filantropía empresarial más tradicional pasando por la ciudadanía corporativa hasta llegar a los comportamientos responsables como parte de la estrategia empresarial desde la óptica de América Latina. El continente ha despertado con respecto a la RSE, si bien es cierto que otras regiones del mundo se encuentran por delante y que América Latina, independientemente del nivel de su desarrollo económico, se encuentra más rezagada. En la mayoría de los casos las empresas que destacan son las más grandes y entre éstas sobresalen las que reciben instrucciones de su casa matriz. Con respecto a las Pymes, llevan a cabo prácticas responsables de forma natural (por su cercanía a los grupos de interés, a las comunidades y a los problemas sociales y ambientales de las mismas) pero

en la mayoría de los casos son responsables de forma poco sistemática. En general, existen elementos que hacen que la RSE evolucione más lento de lo que sería deseable, pero se perfila como algo imprescindible para gestionar los riesgos convenientemente y reforzar la licencia social para operar, el capital relacional o no perjudicar la reputación empresarial. Se presenta además imprescindible por la necesidad para el sector privado de contribuir al desarrollo sostenible y más equitativo, en la lucha contra la desigualdad y a favor de la inclusión económica.

Para mostrar otro antecedente del concepto se toma lo expuesto por Hernández, D en su artículo denominado “ La responsabilidad social de los conceptos a la gestión en las organizaciones (2009, pág. 34) donde se menciona lo siguiente: “Todo este panorama se da en un contexto internacional donde las acciones constituyentes de la responsabilidad social incluyen diferentes practicas, las cuales incluyen desde la entrega de dinero y otros recursos para ser utilizados en actividades que benefician a personas desposeídas (filantropía tradicional) hasta modelos de avanzada que parten de la evaluación e intervención de los impactos de la organización sobre sus partes interesadas (*stakeholders*) y los sistemas de medición del desempeño económico, social y ambiental”. La diversidad de prácticas en responsabilidad Social no sólo depende del grado de profundidad y compromiso de las organizaciones, ésta también depende de un amplio rango de asuntos de intervención, tales como la salud de los trabajadores, el bienestar de sus familias, la mitigación de la contaminación, la optimización de los recursos, el respeto por el consumidor, la cooperación con los proveedores, entre muchos otros que enmarcan la gestión social. En este enfoque, las relaciones con las partes interesadas o *stakeholders* tiene un rol central y parte de la base de que cada organización tiene diferentes partes interesadas y diferentes impactos de doble vía.

En el ámbito internacional es importante citar además el modelo de la RSE de la Empresa de Petróleos y Energía de Brasil- Petrobras (2011, página web), que a través de la denominada Oficina General de Ombudsman estableció un canal abierto a todos los públicos de interés de la empresa, su trabajo es un oído sensible a demandas no previstas en modelos convencionales de gestión empresarial, como el respeto a la cuestión del género, las opiniones y denuncias sobre la empresa, y las propuestas para las mejoras de las actividades que se realizan, cabe resaltar que partir de este canal de comunicación llega un volumen considerable de solicitudes de trabajadores encaminadas a la oficina general pidiendo el comprometimiento de la empresa con el

trabajo voluntario, y la creación de su proyecto "Voluntariado Corporativo", como parte del Programa Petrobras "Hambre Cero" en el cual hoy el voluntariado moviliza más de mil empleados, diseminados por once estados y sesenta y seis municipios brasileños.

Petrobras es participante del Pacto Global de la ONU, la Oficina de Ombudsman se constituye en uno de los principales instrumentos de la empresa para garantizar el cumplimiento de lo pactado con las Naciones Unidas y es garantía de una mayor transparencia en las relaciones de la empresa con todo su público de interés, privilegia la defensa de los derechos y del trabajo, garantiza la expresión de los derechos de los ciudadanos, fortalece los principios de la ética y de la transparencia, compromisos Básicos del Pacto Global.

Dicho modelo hace referencia a una experiencia exitosa de R.S.E, donde no sólo se aborda el tema desde lo normativo y obligatorio, sino que se trasciende al voluntariado, la relación con los grupos de interés y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades donde una empresa se localiza.

3.1.2 *la responsabilidad social en Colombia.*

Al igual que en el contexto internacional el tema de la Responsabilidad Social Empresarial toma auge en Colombia en los primeros años de la década de los noventa, posterior a la aparición de la Constitución de 1991 donde se hablaba de la importancia del medio ambiente y los límites a la propiedad privada, y la Cumbre de Río (1992), que abordó el tema del desarrollo sostenible promovido desde los Estados y las empresas. En el país el tema se debatió en diferentes escenarios y se articuló en diferentes empresas, logrando para el año 2004 la creación de la Corporación Red de Pacto Global en Colombia, donde se aglutinaron las empresas adheridas a Pacto Global de la Organización de la Naciones Unidas constituyendo oficialmente la Corporación Red Local de Pacto Global.

La Corporación está conformada por todas las empresas u organizaciones que están adheridas a Pacto Global de las Naciones Unidas en nuestro país, actualmente 182 empresas, y así mismo ha elegido a su Consejo Directivo conformado por organizaciones como la Empresa de Energía de Bogotá, AngloGold, Ashanti, Alpina, Eternit, Telefónica, TGI Transportadora de Gas, Gas Natural, Aviatur, Inversiones

Suramericana, Ingenio Risaralda, Indupalma, Casa Científica, Club el Nogal, Zona Franca de Bogotá, Genelec S.A., Publik, y gremios como Andesco, ANDI, Fenalco, Cámara de Comercio de Bogotá, Asocolflores, Ascolfa. (Boletín, Andesco, (p.398)

En la bibliografía sobre los antecedentes de la R.S.E en Colombia, se cita además el estudio publicado el 15 de septiembre de 2006 por la Revista Dinero donde se hace un estado del arte de la responsabilidad social en el país, con el objeto de incluir en una sola publicación los avances empresariales de los últimos años en materia de RSC en Colombia y acercar a los empresarios que aún no conocen el concepto de RSC a entender las ventajas de asumir las buenas prácticas empresariales en el ámbito corporativo.

El estudio plantea además que dejar de cumplir los estándares de responsabilidad social empresarial puede tener consecuencias graves para el negocio, desde perder el acceso de los productos a los mercados internacionales, hasta recibir sanciones millonarias, pasando por quedarse al margen de fuentes de financiación que solo están abiertas para empresa que demuestren que sí aplican estos principios.

Otra fuente encontrada es la del Centro de Estrategia y Competitividad e Iniciativas en Emprendimientos Sociales (CEC- IESO), de la Universidad de los Andes, al respecto de la responsabilidad social de las empresas indica que es un tema de moda, aunque señala que es necesario hacer algunos interrogantes como: ¿Basta generar empleo y pagar impuestos para que una empresa sea socialmente responsable? ¿Cuáles son las iniciativas sociales de las empresas que más ayudan a la transformación de un país? ¿Qué gana una empresa que busca equilibrar su interés de negocio con su interés social?, según el IESO, “el interés que ha despertado el tema de las RSE tiene que ver con una mayor conciencia sobre el efecto –positivo y negativo- que tienen las empresas en la sociedad”. Igualmente, el deseo de ganar prestigio ante la sociedad y elevar con ello las ganancias empresariales es otro de los motivos para que el empresariado colombiano adopte medidas en torno a la RSE.

Pero el problema radica en la comprensión que sobre el tema de RSC tienen los empresarios colombianos. Para algunos de ellos, el apoyar programas sociales en las comunidades de influencia es suficiente. Las buenas prácticas administrativas y de

gestión, las relaciones laborales equitativas y en condiciones favorables para el trabajador y los impactos ambientales de su actividad económica no han sido tenidos en cuenta dentro del concepto de RSC de algunas empresas. Según lo expresado por Gutiérrez, R (2006), en un artículo denominado Oportunidades para unos y para otros : “la responsabilidad social de las empresas significa algo, pero su significado no es lo mismo para toda la gente, el observar los emprendimientos sociales de las empresas en un sector industrial o comercial permite construir un panorama, aunque sea parcial, de la relación entre empresas y sociedad (...) en el entendido de que un emprendimiento social integrado a la cadena de valor de una empresa genera valor social y valor económico”.

Por su parte Vivanco, F y Terner, C (2009) plantean que las actividades de responsabilidad social que han realizado la mayoría de las empresas colombianas han sido desde un enfoque de filantropía, priorizando el apoyo a proyectos de carácter asistencialista, incluso al tratarse de proyectos productivos. Tradicionalmente en Colombia, el sector empresarial ha estado involucrado en el apoyo a poblaciones vulnerables, principalmente a través de fundaciones de empresas privadas.

En este punto es necesario citar la investigación realizada por IPSOS, Napoleón Franco y el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial – CCRE (2006, págs. 398 - 399), donde se evidencia que aunque el tema está de moda, hay un alto desconocimiento sobre su verdadero significado, en la investigación se observan datos como: “sólo 4 de cada 10 entrevistados afirma tener un conocimiento alto en R.S.E, al menos 5 de cada 10 no conocen practicas de responsabilidad social en otras empresas, aunque esta misma proporción creen que sus empleados ya conocen sobre el tema. Las empresas consideran además que la responsabilidad se dirige principalmente hacia los empleados (61%), y sólo un 41% con la sociedad y la comunidad. Es significativo igualmente anotar que en la parte del trabajo con la responsabilidad social al interior de la empresa se asocia con el cumplimiento de las leyes laborales y el pago de los parafiscales (42%), para otros (53%) con el hecho de promover el bienestar entre los trabajadores. Sobre la percepción de la responsabilidad ante la sociedad y la comunidad 41% de las empresas enfatizan cuatro conjuntos de actividad: el trabajo con compromiso hacia la sociedad y la comunidad (46%); la contribución a su bienestar (23%); la contribución al desarrollo económico-social (23%) y, en último lugar, la filantropía como apoyo a los menos favorecidos (8%). Esta tendencia de comprensión

de la RS, expresada de forma abstracta, se aplica en mayor medida a la gran empresa. En el estudio se muestra igualmente que un 52% de los colombianos está de acuerdo en que la responsabilidad social genera ganancias tangibles para las organizaciones.

De igual forma en el artículo aparecido en el tiempo el 29 de septiembre de 2006 denominado Responsabilidad Social en pañales se plantea que: “ con el fin de ampliar la visión empresarial sobre el concepto de responsabilidad social corporativa y de fomentar la adopción de buenas prácticas empresariales más allá de la simple filantropía, en Colombia varias organizaciones empresariales, gremiales y académicas han participado de la promoción de la ética empresarial y el fortalecimiento de la gestión corporativa y de organizaciones del tercer sector. Así, se destacan las actividades del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, la Fundación Compartamos con Colombia y la Fundación Corona. A estas fundaciones se les unen universidades como la Universidad Javeriana, la Iniciativa de Emprendimientos Sociales (IESO) de la Universidad Los Andes y el programa CIPRES de la Universidad Externado de Colombia, que han tomado un rol activo en la difusión de principios de RSE a través de seminarios, programas y recogida de buenas prácticas en distintos sectores económicos “.

Por su lado las agremiaciones colombianas han incorporado en sus agendas los principios de la RSC como es el caso de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI, que ha realizado varios encuentros sobre el tema, así en la presentación del último encuentro (2011), señala: “En la actualidad es fundamental explorar la estrecha relación que existe entre la gestión empresarial responsable y la competitividad de los países. Las economías más fuertes entienden que la transparencia hacia sus ciudadanos, el cuidado del medio ambiente, el fortalecimiento institucional, el imperio de la ley, las políticas anticorrupción, la defensa de los derechos humanos, el fortalecimiento de la sociedad civil y la rendición de cuentas, son aspectos críticos de la competitividad”. Otras agremiaciones son la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios – ANDESCO, la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias ACOPI, la Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO y la Asociación Nacional de Entidades Financieras - ANIF, entre varias otras. Cada uno de estos gremios han fomentado el estudio y adopción de prácticas de RSC en las empresas que los conforman y se han esmerado por dar a conocer el concepto RSC de

manera amplia, en donde además de los trabajos con las comunidades de influencia, se tengan en cuenta a todos los grupos de interés de las empresas.

3.1.3 Responsabilidad social y servicios públicos en Colombia.

La crisis que caracterizó la prestación de los servicios públicos en la década de los 80 en el país, como también en los diferentes partes del mundo, incitó un profundo replanteamiento paradigmático que comenzó con la Constitución de 1991. Más allá de reconsiderar la función del Estado en la prestación de los servicios públicos domiciliarios, generando la necesidad de creación de un marco regulatorio específico que controlara las externalidades negativas que predominaban el sector hasta la fecha. 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, reflejado 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 del sector 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. Igualmente con la participación de los capitales o empresas privadas se agregaron factores de competitividad, productividad y eficiencia en la prestación de estos servicio, cambiando la función del Estado de prestador de servicios públicos, a ser responsable de vigilar y controlar la prestación eficiente de los servicios, objetivo para el cual deberán desarrollarse profundas reformas.

Con la ley 142 de 1994 se recogieron las directrices de la Constitución y se definió el replanteamiento de las relaciones entre los usuarios, el Estado y las diferentes empresas prestadoras, además de la creación de los organismos de control en servicios públicos (Superintendencia de Servicios Públicos), igualmente se logró fomentar la participación ciudadana a través de los Comités de Desarrollo y Control Social, así como por medio de las oficinas de quejas y reclamos.

Respecto a la responsabilidad social en las empresas de servicios públicos se encontró una investigación realizada en el año 2006 por la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Actividades Complementarias (Andesco) y la Universidad Externado de Colombia (UEC), allí 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. En el Sondeo aplicado en algunas empresas como Essa Isa, Acuacar, Isagen, Ebsa, Telefónica de Pereira, Emp Bogotá, Emgesa, Telecom, AAA Barranquilla, Emcali, Eeb, Codensa, Empresa de Energía del Quindío, se presentan los siguientes resultados:

Según Gutiérrez, G. (2009). En el Conocimiento de la política de Responsabilidad Social, se tienen algunos datos arrojados por el Sondeo de percepción que demuestran que un 94,4% de las empresas han tenido contacto con el concepto de RSE 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. El estudio permite observar igualmente 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 otros. 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.

El sondeo citado también muestra como el 89% de las empresas incluidas en este estudio sostienen tener una política de RSE, el 49 % señalan que desarrollan estas políticas desde hace más de 6 años, y un 77% de las empresas declaran que estas políticas tienen un carácter formal en sus organizaciones. 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 de las empresas. Es importante mencionar que el hecho de que algunas empresas declaren no tener políticas formales de RSE, no implica la ausencia total de esta. 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, donde se impactan principalmente el compromiso con el medio ambiente (insumo fundamental de los servicios públicos), las relaciones con las comunidades de influencia, el compromiso con los clientes y usuarios, el apoyo a colaboradores, trabajadores, contratistas y accionistas. 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 futuro deseado por las empresas de servicios públicos en una situación ideal en donde las políticas de responsabilidad social más determinantes fueron las siguientes:

- Equidad social y disminución de la pobreza con acceso a los servicios públicos a toda la población.
- Sostenibilidad de la empresa más allá de los resultados económicos (adecuada inversión de los recursos de las empresas).

- Inversiones sostenibles y tecnologías más limpias que beneficien al entorno y la comunidad.
- Gobernabilidad y mecanismos de información.
- Estabilidad financiera
- Gestión ambiental.

Con lo anterior se muestra el papel determinante de las empresas de servicios públicos en el desarrollo del país, pues ellas pueden contribuir al acceso generalizado de servicios básicos (acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, telecomunicaciones y gas), a la vez que pueden fomentar y fortalecer directamente la ciudadanía y la construcción de tejido social.

Complementando, es importante definir el trabajo que se viene desarrollando por la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes (ANDESCO), organización de derecho privado sin ánimo de lucro, de interés común, cuya finalidad principal es servir de medio de cooperación, en procura de alcanzar la excelencia en la prestación de los servicios públicos domiciliarios. Inició sus actividades en 1995, integrante del Comité Espejo Nacional para la elaboración de la ISO 26000 en Responsabilidad Social y que firmó el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2008.

Dentro de las líneas de acción en la promoción de RSE de esta organización se tienen según el Boletín Andesco (2011, págs. 78 y 79):

“Cámara de Comunicaciones y RSE: Está formada por los asesores de comunicaciones, prensa y responsables de RSE de las empresas afiliadas, y busca mejorar y potenciar la imagen de los servicios públicos en Colombia a partir del reconocimiento de la importancia del sector para el desarrollo y la calidad de vida de los colombianos. Esta Cámara es el ente facilitador y movilizador del gremio a través de acciones prácticas en RSE y reputación. Durante los años 2009 y 2010 la Cámara enfocó sus acciones. a través de un trabajo en equipo de sus miembros en el desarrollo del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para las empresas de servicios públicos y comunicaciones, dicho modelo está en su fase de aplicación en una empresa

piloto, y de acuerdo a los resultados de esta experiencia, estará a disposición de cualquier empresa del sector de servicios públicos y comunicaciones afiliada al Gremio.

La Cámara de Asuntos Ambientales: Coordina actividades orientadas al intercambio de experiencias en formulación e implementación de planes de gestión ambiental en las empresas de servicios públicos domiciliarios. Este grupo interactúa con entes de control (Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Corporaciones Autónomas Regionales, entre otros) en temas referentes a la Reglamentación ambiental y en la búsqueda de cooperación internacional para a la implementación de la gestión ambiental por parte de las empresas.

Premio ANDESCO a la RSE en servicios públicos domiciliarios para grandes y pequeñas empresas del país, que cuenta con el aval del Pacto Mundial y nace como un reconocimiento a las Empresas de Servicios Públicos (ESP), de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), así como a las alcaldías y organizaciones legalmente establecidas que presten servicios públicos domiciliarios, por el esfuerzo que vienen adelantando en torno a la Responsabilidad Social Empresarial, conjugando aspectos ambientales, sociales y económicos, inherentes al desarrollo sostenible.

Como se puede observar en el país es clave el trabajo desarrollado por Andesco, no sólo en la parte de asociatividad de las empresas de servicios públicos, sino además en la articulación del discurso de la R.S.E a este sector.

3.1.4 Responsabilidad social y servicios públicos en Antioquia.

En la revisión bibliográfica realizada y como antecedente de la situación de los servicios públicos en Antioquia, se encontró una investigación realizada en el año 2006 por estudiantes de la Especialización en servicios públicos de la Universidad San Buenaventura de Medellín, denominada Servicios públicos domiciliarios: 6 aplicaciones en el caso del departamento de Antioquia, allí se hace un recorrido por las principales empresas del departamento para la época y se realiza un estado del arte de estas, sin

abordar aún el tema de la responsabilidad social empresarial. Dicha investigación hace un análisis sobre las empresas de carácter público existentes en el departamento, el papel que podrían jugar las comunidades organizadas para la prestación de estos servicios y la tercerización en la operación y prestación de los servicios que se debió hacer en gran parte de los municipios por fuera del Valle de Aburra, y que llevo a que particulares entraran en este mercado.

En el contexto local, en el departamento de Antioquia, han existido grandes empresas de servicios públicos domiciliarios como la extinta Empresa Antioqueña de energía EADE (absorbida por EPM en el año 2005), las Empresas Departamentales de Antioquia de telefonía regional Eda, ahora Edatel, las Empresas Varias de Medellín (manejo de residuos sólidos), y Empresas Públicas de Medellín, al hablar de responsabilidad social empresarial se destacan principalmente las acciones de esta última empresa manifiestas en programas de impacto comunitario, fortalecimiento de organizaciones comunitarias, generación de empleo social, manejo de impactos socio ambientales en proyectos de generación de energía, ampliación de cobertura de los servicios (programas de habilitación Vivienda y Antioquia Iluminada), y creación de una fundación mediante la cual se acceden a becas de educación superior, se mejora la infraestructura educativa, se construyen parques, entre otros.

Edatel (2011) en su sitio web manifiesta que “asume la R.S.E como parte del compromiso que la Compañía tiene con llevar progreso, bienestar y desarrollo a las regiones donde hace presencia”, Edatel viene implementando una serie de actividades encaminadas a fomentar la cultura, la recreación, el deporte y el entretenimiento entre todos los habitantes de dichas localidades, muchas de ellas, con escasas oportunidades de acceder a eventos de este tipo, Edatel ratificó su compromiso con la comunidad por medio del apoyo a las diferentes administraciones municipales, entidades sin ánimo de lucro, instituciones académicas y Organizaciones No Gubernamentales por medio de la implementación de proyectos que permitan contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes,” además del trabajo que se viene dando con el proyecto del Ministerio de Comunicaciones, Compartel el cual pretende llevar la prestación del servicio de Internet a zonas alejadas de la geografía nacional, donde se incluyen veredas y corregimientos distantes de los cascos urbanos.

Otro ejemplo para referenciar es el de Empresas Varias de Medellín que maneja la recolección y tratamiento final de residuos sólidos en Medellín y algunos municipios aledaños, esta empresa viene realizando campañas para el manejo adecuado de residuos sólidos, realiza programas de sensibilización ambiental, ha creado cooperativas de recicladores, y trabaja en la capacitación de comunidades aledañas al relleno sanitario La Pradera, mediante principios de responsabilidad social y ambiental.

En la subregión del oriente antioqueño, Confecámaras, a través de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, ha hecho esfuerzos para desarrollar un convenio firmado con Banco Interamericano de Desarrollo, en el cual se busca abordar dentro de las diferentes empresas y organizaciones el tema de la R.S.E, trabajando cuatro componentes según Zuluaga, R (2009): “sensibilización en temas de RSE y difusión de resultados; Creación y consolidación de la oferta local; Implantación de prácticas de RSE en Pymes; y Desarrollo de un sistema de seguimiento y evaluación de riesgo corporativo para Pymes” .

El Programa tiene como objetivo que en cuatro años la RSE sea considerada como un modelo de gestión empresarial, que tiene en cuenta las expectativas de sus grupos de interés, logrando positivos resultados económicos, sociales y ambientales.

La Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño viene ejecutando el programa de RSE en la región, al cual han ingresado las empresas: Rápido Medellín Rionegro S.A., Agrosabores Ltda. y Centro Técnico de Informática Cetasdi, pero hasta ahora ninguna de las E.S.P ha hecho parte de este programa.

Por otro lado empresas como ISA hacen presencia en la región con estrategias de RSE, que se ejecutan en conjunto con Isagén y trabajan de la mano de la Diócesis de Rionegro y Prodepaz que buscan trabajar el tema de ordenamiento territorial, derechos humanos, emprendimientos productivos, generación de empleo y cuidado del medio ambiente.

Respecto a la R.S.E que tienen las empresas prestadoras de servicios públicos del oriente antioqueño, la revisión bibliográfica nos permitió encontrar algunos datos referentes a las empresas Aguas de Rio Negro, Empresas Públicas de la Ceja, la Cimarrona ESP y Conhydra que comienzan a realizar acciones de responsabilidad social empresarial; en esta última se observa:

En Conhydra S.A. E.S.P. (2011, página web) “consideramos prioritario que nuestro desarrollo empresarial contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades donde hacemos presencia, bajo un enfoque claro de responsabilidad social, de tal manera que se alcancen importantes niveles de rentabilidad para los diferentes grupos de interés”.

En las Empresas Publicas de la Ceja E.S.P, la empresa desarrolla sus prácticas en Responsabilidad Social Empresarial, teniendo como base el impacto de los procesos, resultado de su acción productiva y comercial con los grupos de interés, bajo su dimensión social, económica y ambiental, de manera transversal y coherente con su Objeto, Misión, Visión, Objetivos y Política, contribuyendo así, con el desarrollo social, económico y ambiental de la localidad.

Existen además otras empresas las cuales son de índole municipal, y se dedican principalmente al manejo de acueducto, alcantarillado y aseo en las cabeceras municipales y centros poblados, en el estudio se abordaran algunos casos, pues no se encuentran antecedentes de acciones de responsabilidad social empresarial en su accionar.

3.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El panorama de la prestación de los servicios públicos domiciliarios en Colombia está regido por la ley 142 de 1994, donde se establece toda la normatividad para la conformación de estas empresas, las condiciones de prestación del servicio, la relación entre los clientes y las empresas, y la participación de las comunidades como veedoras de estas organizaciones.

Esta ley establece que las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios pueden ser de carácter público, privado o mixto; dándose así en el país todo tipo de empresas, variando respecto a su capital, tamaño (grandes, mediano y locales), y el ámbito de prestación del servicio, aunque no aborda el tema de la responsabilidad social empresarial y la relación que deben establecer las empresas con sus grupos de interés.

Si bien en el contexto nacional comienza a tratarse el tema de las acciones o planes de R.S.E en estas empresas, para el caso del departamento de Antioquia, y

específicamente en la subregión del Oriente es necesario hacer un análisis sobre las políticas empresariales implementadas, los recursos para inversión en las comunidades, y la forma en que se ha abordado el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

En la actualidad las organizaciones comienzan a abordar dentro de sus agendas el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, pero pocas conocen o han generado planes o acciones que correspondan realmente al ejercicio de la R.S. Para este estudio es necesario realizar el análisis de lo que se tiene o no en planes de R.S, y el tipo de acciones implementadas en algunas empresas.

Los esfuerzos realizados en la subregión del Oriente Antioqueño para abordar el tema de la R.S.E en las diferentes empresas y organizaciones, casos Confecámaras Isa e Isagén, evidencian que las empresas prestadoras de servicios públicos de la subregión no han hecho parte de estos convenios, o no han sido tenidas en cuenta en el programa de Responsabilidad Social de la región y muestran además la poca claridad respecto a los planes de RS, lo que deja en evidencia la necesidad de diagnosticar la situación y proponer de ser necesario asesoría a aquellas empresas donde se encuentren falencias en este tema, pues algunas sólo se dedican a realizar acciones de educación a los usuarios, o realizar lo que la ley les exige.

3.3 PREGUNTA:

¿Qué acciones de Responsabilidad Social Empresarial se dan en empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios del Oriente Antioqueño?

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. Definición de La responsabilidad Social Empresarial

Para comenzar a definir el termino es necesario hacer un recuento sobre la historia de la responsabilidad social, según lo citado por la revista especializada Expoknews de Sustentabilidad y RSE (2009), allí se habla que esta “no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, se podría decir que hay documentos que datan del siglo XIX y a veces anteriores, y que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores”.

Se menciona además que el nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el protocolo de Kyoto en 1997; el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial; así como el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos, acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

Expoknews (2009) dice igualmente: “Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; hoy se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad; hoy se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco; y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO26000 que aún no llega pero que ya podemos vislumbrar. La RSE no es estática y seguirá cambiando y nuevos acontecimientos habrán de sumarse a esta línea de tiempo que pretende ser un esfuerzo sintético de Expok por marcar en un documento cronológico, algunos de los muchos hechos que han forjado esta nueva visión del quehacer empresarial”.

Según la Organización Internacional del Trabajo –OIT (2006, pág.78), la responsabilidad social de la empresa (RSE) es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación.

Por su parte Correa, M. (2004), la responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. Hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Durante la última década la responsabilidad social de la empresa se ha convertido en un tema cada vez más central en las agendas corporativas. Muchas empresas han avanzado en el tema, yendo más allá del cumplimiento de la ley o de la acción filantrópica para considerar temas más centrales del negocio, como el manejo de riesgo, la innovación, y la creación de valor.

El libro verde de la Unión Europea (2001, pág. 89) define la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Este concepto de Responsabilidad Social Empresarial, está compuesto de tres partes según la Unión Europea (2001, pág. 72): La Sociedad: que constituye el entorno dentro del cual adquiere sentido la RSC. La sociedad democrática actual es pluralista y tienen su base en el respeto de ciertos derechos y libertades públicas, así como en la prevención acerca de la excesiva acumulación de poder por parte de cualquier pequeño sector de la población. La responsabilidad: un aspecto esencial que caracteriza la RSC es que tal responsabilidad ha de ir más allá de aquella exigida en virtud de la regulación aplicable en materia social y ambiental. Consecuentemente, la observación rigurosa de la legislación vigente es el punto de partida de la RSC. Pero en modo alguno este concepto puede utilizarse como forma de sustituir o evitar la exigencia de regulación en materia social y ambiental. Las Empresas u Organizaciones: donde se plantea que a

pesar de que la responsabilidad social se concibe desde ópticas más o menos abiertas, actualmente en la doctrina se advierte una conclusión: la empresa ha de ser responsable no sólo ante sus accionistas, sino que se amplía el marco de consecuencias y, por tanto, de responsabilidades ante los llamados grupos de interés –stakeholders, en su acepción en inglés-. Esto ha derivado en una proliferación de conceptos relacionados con la responsabilidad social: gobierno corporativo, ciudadanía corporativa, triple balance, auditoría social y medioambiental, transparencia y sostenibilidad.

Existen además tres grandes pilares en los cuales descansa la Responsabilidad Social Empresarial según la Unión Europea (2001): lo económico que hace referencia a los bienes financieros que otorgan las empresas y todo lo relacionado al capital de las empresas, lo social que reseña al medio en el cual se desenvuelve la empresa y convive con los demás entes iguales, y lo ambiental, donde esta todo lo relacionado con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Hasta aquí, la Responsabilidad Social Empresarial se trata del esfuerzo que muchas empresas han adoptado para hacer que sus negocios obtengan ganancias por medio de un razonable uso del ambiente, a través del desarrollo sostenible en función de la sociedad a la cual pertenece.

Otra definición del concepto de R.S.E según el Ministerio de Educación (2006, pág. 97), dice: “La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes”, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. “Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil.”

Finalmente y como síntesis de las anteriores definiciones se cita la definición de La Responsabilidad Social según el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (2007) donde se dice: “es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos

con los que se relaciona”. De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realizan se orientan hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también al cuidado y preservación del entorno”.

4.2 Planes de responsabilidad social empresarial.

Respecto a un plan de responsabilidad social empresarial el sitio web Pacto Mundial (2003) da a conocer un Plan estratégico de responsabilidad Social corporativa; y el blog la buena empresa (2009) abordan algunos pasos a seguir para iniciar un programa de responsabilidad social, aunque esto constituye sólo un ejemplo a referenciar es importante que a nivel de cada organización se establezcan algunos lineamientos, destacando además que la responsabilidad social es un enfoque de gestión que todas las empresas, sin importar su tamaño o el sector del que hagan parte, pueden abrazar, los puntos resumidos serían: Preparar un inventario de responsabilidad social de lo que la compañía está haciendo, entrar en un diálogo con los grupos de interés de la compañía, averiguar lo que es significativo para ellos. Los grupos de interés pueden incluir cualquier grupo impactado por la empresa, establecer relaciones con los miembros clave de la comunidad (por ejemplo, asociaciones, comercio, principales organizaciones benéficas) para ver si hay necesidades que la compañía debido a sus competencias específicas podría abordar, revisar las relaciones con los grupos de interés y evaluar como ellos afectan a la compañía y viceversa, asegurar que todos los niveles de la compañía están involucrados en el programa de responsabilidad social, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea.

Igualmente se sugiere animar y motivar a cada uno para hacer parte de un equipo que hace la diferencia. Un plan de responsabilidad social debe traducirse en acciones concretas, identificando a los responsables de hacer que las cosas sucedan, la autoridad que tienen para su realización, los recursos a utilizar, las etapas, los plazos y las prioridades que deben perseguirse, el enfoque de responsabilidad social de la compañía debe reflejar la manera como la compañía hace negocios, las acciones deben llevarse a cabo de forma proporcional con los recursos de la empresa, de lo contrario, éstas no serían sostenibles y terminarían convirtiéndose en el corto plazo en una moda pasajera, o en un ejercicio de relaciones públicas mal concebido.

Una empresa además debe seleccionar un grupo de beneficencia, que encaje con sus principales competencias, para brindarle soporte. Esto le permitirá tener un impacto más significativo en la comunidad.

Debe haber forma de evaluar el plan de responsabilidad social, una compañía puede evaluar su plan a la luz de metas específicas y medibles establecidas desde el principio, la adecuada evaluación pondrá de manifiesto el valor de todo el proceso.

Empezar una ruta como la descrita puede ayudar a los interesados en el tema a ganar en experiencia y entendimiento sobre la puesta en marcha de acciones de responsabilidad social, condiciones necesarias para avanzar en la incorporación consciente de nuevos elementos, más complejos y en respuesta a las necesidades y requerimientos específicos de los grupos de interés.

A nivel de Colombia, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes –ANDESCO en febrero 8 de 2010 formuló una propuesta o modelo de R.S.E para las empresas de servicios públicos E.S.P. y de tecnologías de la información y las comunicaciones –TIC. Se espera que este modelo se ajuste a la realidad de los entornos en donde operan sus compañías y, a su vez, busca que ellas evidencien un rol más activo en el crecimiento sostenible, continuando con el liderazgo por la consolidación de la RSE a través de sus afiliadas.

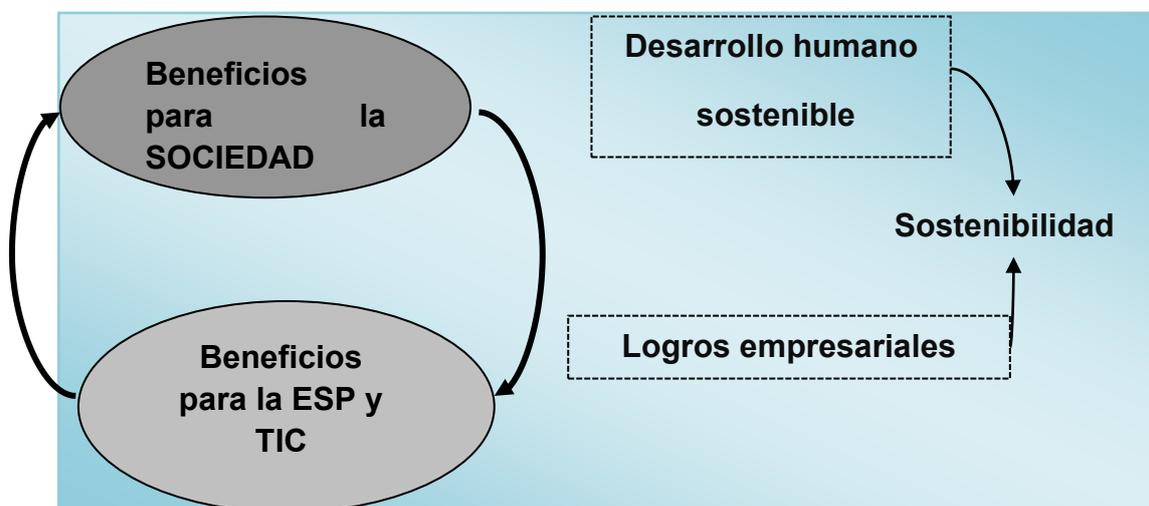
El modelo o plan propuesto concibe que las empresas al ser parte fundamental del entorno cuentan con responsabilidades frente a las necesidades allí expuestas y esta vinculación a su vez representa beneficios al viabilizar su gestión.

Se pretende entonces brindar los elementos esenciales de un modelo adaptable a las condiciones internas y de entorno de las empresas interesadas, aprovechando de esta manera el estado del arte en el tema de RSE y la experiencia de otras empresas. Adicionalmente se busca La adaptación de la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir en diseñar modelos de RSE a la medida, según las particularidades del entorno en que se desarrollan.

El modelo pretende brindar elementos y orientación para:

- Promover y motivar una cultura de RSE que se ocupe de garantizar la prestación de los servicios en el largo plazo y que busque mejorar la calidad y la cobertura de los servicios públicos en el país.
- Conformar redes de colaboración entre las empresas para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad.
- Implementar buenas prácticas de RSE en empresas de servicios públicos domiciliarios y TIC que están incursionando en el tema.
- Medir y hacer seguimiento a los impactos de las acciones en RSE.
- Elaborar análisis generales y sectoriales de la aplicación y resultados de la implementación de prácticas de RSE.

Si la responsabilidad social se enfoca hacia la sostenibilidad, expresada en términos equitativos para la sociedad y el negocio, se hace visible, entre otros, en el avance de indicadores de desarrollo humano en equilibrio con el logro de los objetivos empresariales (ver gráfico).



Fuente: Propuesta de Modelo de Responsabilidad Social de Andesco (2010, p 6)

Este modelo se inspira en los siguientes elementos conceptuales:

- Ética y transparencia en la construcción de sociedad. La transparencia se considera fundamento de un comportamiento socialmente responsable, mediante

apertura de información, diálogo con grupos de interés, reglas claras y control. (Tomado del modelo de transparencia para ESP de Transparencia por Colombia). La conducta ética va más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.

- Cumplimiento de lo legal y de los objetivos empresariales. La RSE parte del respeto riguroso por la ley, siendo conscientes que sus prácticas con los grupos de interés deben ir más allá de este cumplimiento, pero enmarcados en los deberes del Estado Social de Derecho.
- Voluntariedad (que se entiende por voluntario y obligatorio en el modelo). La RSE es un compromiso, voluntario, público o explícito. Estas acciones deben asegurar el equilibrio de relaciones, así como la sostenibilidad ambiental, social y económica. En este sentido la RSE debe ser un ejercicio estratégico e integral relacionado con la sostenibilidad.
- Círculo virtuoso de sostenibilidad empresa entorno, donde tanto las empresas como el entorno reciben beneficios.
- Creación de valor social, económico y ambiental: el compromiso de las organizaciones de operar de tal forma que sus acciones agreguen valor a su negocio y a los diferentes grupos de interés con quienes se relaciona.
- Desarrollo Humano Sostenible percibido desde las opciones y capacidades de las personas, que se concentra en una mejora de la esperanza de vida, la salud, la educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno, conservándolos para las generaciones futuras (Guía Técnica Colombiana. GTC180, 2007).
- Grupos de interés y relaciones colaborativas de mutuo beneficio.
- Transversalidad: cruce en la cadena de valor, en los procesos, en las personas, en la estrategia y en la operación.
- Adaptabilidad.

- Compromiso con los Derechos Humanos; la RSE busca desde sus acciones divulgar y promover el respeto por los Derechos Humanos. Bien desde los compromisos pactados con sus partes interesadas, sus políticas por la adhesión a Pacto Global. La RSE promueve la responsabilidad de las empresas en el desempeño global de la cadena.

En el modelo del plan propuesto por Andesco es importante citar las siguientes condiciones para estas empresas:

- Propiciar acciones para el acceso y la cobertura de los servicios públicos domiciliarios como indicador de avance social, según el cual las empresas aportan al bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, al igual que ayudan a disminuir los índices de necesidades básicas insatisfechas – NBI.
- Trabajar por que sea posible que los servicios públicos tengan incidencia directa en el Índice de Desarrollo Humano -IDH- a través de sus tres dimensiones básicas: disfrutar de una vida larga y saludable, disponer de educación y disfrutar de un nivel de vida digno.
- Las empresas de servicios públicos deben contribuir para el logro de los objetivos de desarrollo del milenio, entre ellos la sostenibilidad medioambiental, y la reducción de la mortalidad infantil (través del agua potable).
- Los comportamientos socialmente responsables de esas empresas impactan a la población atendida y a aquellas que, estando en sus áreas de influencia cuenta con limitaciones de acceso al servicio.
- Otro aspecto a considerar en el marco sectorial es el de la corrupción, una barrera que incide sobre un campo de acción que es fundamental para las empresas de servicios públicos: el desarrollo en Colombia, como tal estas organizaciones deberán prevenir conductas que lleven a que este fenómeno se presente.
- Promover el acceso universal al agua y a los servicios de saneamiento a través de la solidaridad a nivel local.
- ANDESCO propone como grupos de interés aquellos incuestionables para cualquier empresa de servicios públicos en Colombia, de cualquier tamaño, en

cualquier lugar: accionistas o propietarios; empleados; usuarios o clientes; proveedores; comunidad y Estado.

Se propone además a las empresas implementar prácticas como:

- Elaborar un informe que comunique a los grupos de interés las prácticas, los logros, las dificultades y los retos de la compañía en materia de responsabilidad social.
- Sensibilizar a los trabajadores sobre las estrategias, planes y objetivos relacionados con este tema.
- Crear espacios de diálogo con los grupos de interés para fortalecer las relaciones, identificar asuntos a mejorar y concertar acciones a emprender de manera conjunta que contribuyan al desarrollo sostenible.

Para ampliar el tema de los planes de responsabilidad social es importante citar a Gonzales Tito (2005), que enumera algunas de las acciones que se pueden realizar en una empresa u organización, en los esfuerzos por desarrollar una verdadera responsabilidad social empresarial y contribuir con ello al desarrollo sostenible, que se resumen a continuación:

- Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental por esta causa.
- Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.
- Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.
- El manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios.
- Crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.
- Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.

- Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.
- Mejorar procesos productivos no contaminantes.
- Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas.
- Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.
- Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.
- Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de los empleados.

Indudablemente son muchas las acciones que pueden realizar las empresas como parte de sus estrategias y programas de responsabilidad social empresarial; dirigidas hacia el respeto por los derechos humanos, la libertad de asociación, el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, la compensación adecuada, la no discriminación, el respeto a la dignidad de las personas, el apoyo programas de salud pública y el control de los impactos ambientales.

Así se pueden citar otras acciones como:

- Permitir la cooperación entre diferentes grupos de interés de la empresa;
- facilitar la identificación de soluciones prácticas a los problemas a través de diálogos, proyectos de aprendizaje y de alianzas;
- Informar, motivar e incentivar la participación de otras empresas en los programas de responsabilidad empresarial
- Para el caso específico de los servicios públicos domiciliarios se tienen:
- Brindar los servicios con parámetros de eficiencia, calidad, continuidad, y tarifas justas.

- Seguir los lineamientos establecidos por la ley para que aquellas personas de los estratos más bajos de la población puedan tener una tarifa más baja, bajo el principio de solidaridad, donde los estratos más altos subsidian los más desfavorecidos.
- Generar campañas de sensibilización para el uso adecuado de los servicios públicos y el cuidado de la infraestructura.
- Crear programas de financiación para los clientes tanto en el momento de la solicitud del servicio, como al momento que se requiera financiar consumos por deudas.
- Dar a conocer los derechos y deberes a los clientes y usuarios de los servicios.
- Establecer programas para la expansión y universalización de los servicios públicos.
- Además de fortalecer los mecanismos para la participación social de los clientes y usuarios de los servicios.

4.3. Estándares de responsabilidad social empresarial

El tema de la responsabilidad social empresarial se ha tratado de estandarizar para su aplicación, a través de estándares o instrumentos internacionales y nacionales que dan una especie de guía para aplicar, entre estos se pueden destacar:

- **ISO 26000:** “Pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social.
- Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la Responsabilidad Social e complementar otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la Responsabilidad social sin reemplazarlos”.

- **Norma A 8000:** Social Accountability 8000 (SA8000) es una norma internacional para la responsabilidad social iniciada por CEPAA (Consejo de la Agencia para la Prioridad Económica) a fin de asegurar las normas para la producción ética de bienes y servicios. Esta es una norma voluntaria que puede aplicarse a cualquier organización o empresa en el campo industrial.
- **SA8000** establece normas básicas para el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y el derecho de intercambio colectivo, la discriminación, las prácticas disciplinarias, las horas de trabajo y las compensaciones.

A nivel nacional se implemento la norma **GTC 180**: que busca establecer las directrices que deben tener las organizaciones para ser socialmente responsables en su gestión así como dar una orientación a las organizaciones en Colombia, que independientemente de su tamaño, naturaleza o productos, quieran abordar el tema de manera voluntaria.

En general estos estándares presentan las prácticas más representativas en el tema de RSE cubriendo la mayoría de los impactos económicos, ambientales y sociales que deben ser abordados por una organización desde las prácticas o compromisos que defina con sus grupos de interés, en síntesis:

- Gobierno corporativo
- Responsabilidad del servicio
- Cuidado del Medio ambiente
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Prácticas operacionales justas.
- Participación activa y desarrollo social

4.4. Definición de servicios públicos domiciliarios.

Los servicios públicos domiciliarios en Colombia, desde la perspectiva de la Constitución Política de 1991, son necesarios para el desarrollo y la calidad de vida de las personas, por lo tanto existe un marco normativo que los regula de tal forma que su prestación esté sustentada en altos niveles de eficiencia, eficacia, igualdad y responsabilidad social. En los artículos 334, 336 y 365 a 370 de la Constitución Política de Colombia se establece como “deber del Estado el logro de la eficiencia en la prestación de los servicios públicos. Para ello crea el marco de libre competencia en dichas actividades, admite la concurrencia de los particulares en este sector de la economía y, acentúa el papel regulador del Estado.

Los servicios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, telefonía pública básica conmutada, telefonía móvil rural, y distribución de gas combustible, según la constitución y reglamentación son los objeto de vigilancia por parte del Estado.

La reglamentación de estos artículos constitucionales mencionados se dio en el año de 1994 con la expedición de la ley 142 (Servicios Públicos Domiciliarios) y la ley 143 (Prestación del Servicio de Energía).

4.5 NORMATIVIDAD

4.5.1 Ley 142 de 1994

Esta Ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía (fija) pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural; a las actividades que realicen las personas prestadoras de servicios públicos de que y a las actividades complementarias definidas en el Capítulo II del presente título. Aborda además el tema de la Intervención del Estado en los servicios públicos. “El Estado intervendrá en los servicios públicos, conforme a las reglas de competencia de que trata esta Ley, en el marco de lo dispuesto en los artículos 334, 336, y 365 a 370 de la Constitución Política, para los siguientes fines:

- Garantizar la calidad del bien objeto del servicio público y su disposición final para asegurar el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios.
- Ampliación permanente de la cobertura mediante sistemas que compensen la insuficiencia de la capacidad de pago de los usuarios.
- Atención prioritaria de las necesidades básicas insatisfechas en materia de agua potable y saneamiento básico.
- Prestación continua e ininterrumpida, sin excepción alguna, salvo cuando existan razones de fuerza mayor o caso fortuito o de orden técnico o económico que así lo exijan.
- Prestación eficiente del servicio.
- Libertad de competencia y no utilización abusiva de la posición dominante.

Según esta normatividad las empresas prestadoras de servicios públicos dependiendo de la procedencia de su capital podrán ser de naturaleza oficial o pública, de carácter mixto, ó de naturaleza privada.

El organismo encargado para la vigilancia y control del cumplimiento de las leyes y actos administrativos de los servicios públicos es la Superintendencia de servicios Públicos.

4.5.2 Ley 134 de 1994 Participación Ciudadana.

Plantea que la ley establece las normas sobre instrumentos y mecanismos de participación ciudadana, además trata sobre las veedurías ciudadanas y acciones grupales, las cuales son un derecho de las comunidades. Respecto a los servicios públicos expresa en su artículo 100: “Las organizaciones civiles podrán constituir veedurías ciudadanas o juntas de vigilancia a nivel nacional y en todos los niveles territoriales, con el fin de vigilar la gestión pública, los resultados de la misma y la prestación de los servicios públicos.

4.5.2.1 Las comunidades organizadas.

La Constitución de 1991, introdujo principios básicos en relación con la naturaleza de los servicios, el papel de los sectores público y privado, los deberes y derechos de los usuarios, los costos y los subsidios. Esta contempla los siguientes elementos básicos para el manejo de los servicios públicos domiciliarios:

- La actividad económica y la iniciativa privada son libres dentro de los límites del bien común y la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.
- Es responsabilidad del Estado asegurar la prestación eficiente de los servicios, pero ésta puede efectuarse a través de comunidades organizadas, particulares o el mismo estado.
- El Estado es responsable de la regulación, control y vigilancia.
- Es responsabilidad de los municipios asegurar la prestación de servicios públicos a todos los habitantes.
- Los criterios para la definición de las tarifas incluyen además de los costos y eficiencia económica, los criterios de solidaridad y redistribución de ingresos.

El artículo 365 de la Constitución Política, incluye a las comunidades organizadas como organismos que pueden prestar los servicios públicos. El inciso segundo afirma: Los Servicios públicos... podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso el Estado mantendrá la regulación, el control y vigilancia de dichos servicios.

En 1994, se promulgó la Ley 142, “Régimen de los Servicios Públicos Domiciliarios”, aplicable a los servicios de energía eléctrica, telefonía pública básica conmutada, gas combustible domiciliario, aseo, acueducto y alcantarillado. En ella se establecen condiciones precisas de regulación, operación, control y vigilancia de los servicios.

La Ley contempla que los servicios se presten a través de sociedades de accionistas con un régimen especial, denominadas empresas de servicios públicos (ESP), que pueden constituirse entre entes públicos o privados o aún entre unos y otros. Como excepción, entidades oficiales que venían operando con anterioridad, pueden transformarse en empresas industriales y comerciales del estado. También pueden

prestar servicios las organizaciones que operan en municipios menores y zonas rurales de tipo comunitario.

Las comunidades organizadas, además de estar autorizadas por la Ley 142 de 1994 en su artículo 15.4, tienen como organizaciones privadas el derecho constitucional a desarrollar cualquier actividad que la Constitución no haya reservado expresamente. Estas comunidades se diferencian de otras organizaciones privadas, por cuanto la ley les otorga facultades para prestar los servicios sin la necesidad de constituir Empresas de Servicios Públicos bajo la forma jurídica de sociedades por acciones.

Es claro pues que las comunidades organizadas están habilitadas de acuerdo con el marco constitucional y la Ley 142/1994, para prestar servicios públicos domiciliarios, entre ellos los de agua potable y saneamiento básico, pero no es menos cierto que estas comunidades al igual que cualquier otro prestador, deben someterse a pautas claras de eficiencia, regulación, vigilancia y control.

Es indispensable que el legislador expida una reglamentación más amplia en la materia, para garantizar un mayor desarrollo en el sector rural y en las pequeñas poblaciones y para esto debe tener en cuenta particularidades en cuanto a tarifas, subsidios, inversiones, regulación y control, entre otros, pues de lo contrario la aplicación del marco legal por parte de las organizaciones se hace inviable.

5. OBJETIVOS

5.1 *objetivo general*

Realizar un análisis sobre la existencia de planes de responsabilidad social empresarial en empresas de servicios públicos domiciliarios del Departamento de Antioquia, en el caso del Oriente Antioqueño.

5.2 *objetivos específicos*

- Identificar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios del Oriente Antioqueño.
- Describir las acciones de RSE implementadas por algunas empresas de servicios públicos domiciliarios del oriente antioqueño.
- Hacer un diagnóstico de los requerimientos de acciones de RSE en las empresas de servicios públicos domiciliarios de la subregión del oriente antioqueño.
- Identificar cuáles empresas de servicios públicos domiciliarios del oriente antioqueño tienen planes de responsabilidad social empresarial que no han realizado acciones de responsabilidad social empresarial.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 Paradigma y enfoque de investigación.

En consecuencia con el planteamiento del problema y con los objetivos formulados, además de la bibliografía sobre la metodología abordada: Ander- Egg (1995), Bunge (1969), González, M. (1997), y Hernández, F.(1991), se considera pertinente para esta investigación darle una orientación paradigmática desde una aproximación analítica y hermenéutica que facilite indagar sobre el estado de la responsabilidad social en algunas empresas de servicios públicos domiciliarios del oriente antioqueño, este ejercicio se llevará a cabo desde una perspectiva cualitativa, a través de la cual se pueda obtener un acercamiento más directo con cada una de las empresas seleccionadas para el estudio, a partir de instrumentos de recolección de información como encuestas o entrevistas, permitiendo hacer un análisis del proceso y sobre todo identificar los planes, acciones y necesidades que tienen estas empresas en la parte de R.S.E..

6. 2 Tipo de investigación.

El estudio realizado se propone como exploratorio dado que la revisión de la bibliografía y cibergrafía realizada sobre la situación de la responsabilidad social empresarial en la subregión ha sido poco abordada, e incluso por las diferentes tipologías de empresas existentes el tema carece de un análisis global y en profundidad, procurando que este ejercicio sirva como punto de partida a otras investigaciones sobre el mismo tema.

6 .3 Unidad de trabajo.

La muestra que se abordará tendrá en cuenta a las 26 empresas de servicios públicos domiciliarios de la subregión, sobre un universo total de 26 empresas y unidades municipales de servicios públicos existentes que prestan servicios de acueducto, alcantarillado, aseo y energía.

6.3.1 Muestra

La muestra seleccionada fue del 100 % del universo, pues al efectuar un muestreo con un universo de estudio de sólo 26 elementos no es aconsejable sacar muestra, dado que para cumplir con los requisitos de alto nivel de confiabilidad y mínimo error de muestreo el cálculo de la muestra resulta similar al tamaño del universo, tal como se puede ver en los valores relacionados:

$Z= 1.96$: Este es el valor de la distribución normal estandarizada para una confiabilidad del 95%

$P=0.5$. En un muestreo por proporciones este es el valor máximo para calcular la varianza que se complementa con Q , considerando que $P+Q= 1$

$Q=0.5$: Explicado anteriormente

$E= 7\%$: error de muestreo máximo. En la medida que E tiende a cero el tamaño de la muestra (n) se aproxima más a N .

$N = 26$: Universo en estudio.

Con esto valores y aplicando la fórmula se sugiere muestra es: $n = 24$, que es casi igual al universo.

En conclusión: si tenemos en cuenta que el error máximo permitido para considerar representatividad estadística es 7%, el valor de la muestra es 24 empresas. Con una población tan pequeña, se aconseja hacer un censo, en este caso analizar las 26 empresas para evitar sesgo en los resultados.

7. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Ficha Técnica de la encuesta

Este estudio tiene por objeto realizar un análisis sobre los planes y acciones de responsabilidad social en las empresas de servicios públicos del Oriente Antioqueño y constituye un ejercicio investigativo de la especialización en gestión de la responsabilidad social empresarial, inicialmente se hizo un rastreo de las empresas y una recolección de datos de manera virtual; posteriormente se diseñó una encuesta que ha representado la herramienta más potente en la fase de obtención de datos dirigida principalmente a la Gerencia de cada una de las organizaciones o en su defecto al personal relacionado con el área social, luego de realizar este rastreo se inició la aplicación de la encuesta por vía telefónica, virtual y en otros casos de forma personal con visita a las empresas.

Diseño y realización:

La encuesta fue realizada y aplicada por los investigadores de la especialización en Gestión de la Responsabilidad Social y Empresarial de la Fundación Universitaria Luis Amigó.

Número de unidades utilizadas:

Para esta investigación se contó con el universo, es decir, se incluyeron las 26 empresas que prestan sus servicios en los 23 municipios del Oriente de Antioquia.

Tamaño de la muestra:

26 empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios en los municipios del Oriente Antioqueño.

Tipo de preguntas:

Se aplicó una encuesta de 8 preguntas abiertas 7 y cerradas.

Fecha de aplicación de las encuestas:

Enero 15 a febrero 25 de 2012

Municipios donde se aplicó la encuesta (pregunta 2)

MUNICIPIO	Nº EMPRESAS	%
Rionegro	2	7.66
El Peñol	1	3.85
Retiro	1	3.85
Concepción	1	3.85
Guatapé	1	3.85
Marinilla	1	3.85
Santuario	1	3.85
Guarne	1	3.85
Carmen de Viboral	1	3.85
La Unión	1	3.85
Argelia	1	3.85
San Vicente	2	7.66
San Luis	1	3.85
Cocorná	1	3.85
Granada	1	3.85
Abejorral	1	3.85
La Ceja	1	3.85
San Rafael	1	3.85
Sonsón	2	7.66
San Carlos	1	3.85
San Francisco	1	3.85
Alejandría	1	3.85
Nariño	1	3.85
TOTAL	26	100%

ANÁLISIS

Tipo de Servicios prestados (pregunta 3):

Para la obtención de la información se analizaron las 26 empresas las cuales se encuentran agrupadas por tipos de servicio prestado: Acueducto y Alcantarillado 6, de saneamiento básico 3, de energía 1 y en varios servicios 16 empresas, para un total de 26 Empresas.

Tipo de servicio	Nº	%
Acueducto y alcantarillado	6	23.08
Saneamiento Básico	3	11.54
Energía	1	3.85
Varios Servicios	16	61.53
Total	26	100%

Es importante destacar el gran número de empresas prestadoras de 2 ó más servicios (acueducto, alcantarillado y aseo, e incluso alumbrado público), lo que corresponde a un 61,53% de las empresas de la subregión, al observar esto hay que tener en cuenta que la mayoría corresponden a empresas o unidades municipales de servicios públicos. En el contrato se destaca el hecho de que en los 23 municipios de la subregión sólo se cuenta con EPM para la prestación del servicio de energía, empresa de carácter nacional que comienza a expandirse a nivel internacional, lo que le permite brindar un servicio en igualdad de condiciones para todo el mercado.

Según la naturaleza de la empresa (pregunta 4):

Según naturaleza o capital de Empresa	Nº	%
Publica	21	80.77
Privada	1	3.85
Mixta	4	15.38
Total	26	100%

Se evidencia entonces que un 80.77% de las empresas de la subregión son públicas, ratificando el deber constitucional del Estado en la prestación de los servicios públicos, pues corresponden en su mayoría a unidades o empresas de las municipalidades.

Según Rango de Clientes (pregunta 5)

Según Rango de Clientes	N°	%
Entre 100 y 1.000	4	15.38
Entre 1001 y 3.000	13	50.0
Entre 3.001 y 5.000	2	7.69
Más de 5.000	7	26.93

En el cuadro se resalta un 26.93% de las empresas que tienen más de 5.000 clientes o suscriptores, mientras un 7.69% tiene entre 3.000 y 5.000, igualmente se observa un 50% que tienen entre 1.000 y 3.000 clientes, además de un 15,38% con menos de 1.000 suscriptores, en el estudio esta tendencia de pequeñas empresas puede incidir de manera directa en el tipo de la empresa, los grupos de interés atendidos y por ende en que se tenga o no planes de R.S.E.

Conocimiento del tema de R.S.E.(pregunta 6)

Conocimiento o información de R.S.E.	N°	%
SI	22	84.62
NO	4	15.38
TOTAL	26	100

Puede observarse que un 84.62 % de las personas representantes de las empresas contactadas ha oído hablar de R.S.E, lo que evidencia que el tema está de moda, o comienza a abordarse en diferentes espacios.

Interpretación de la R.S.E. (pregunta 7)

Todas las ESPD coinciden en afirmar que la responsabilidad social es un compromiso de carácter voluntario que las empresas asumen con las comunidades,

buscando devolverles beneficios por el valor económico que pagan por los servicios. Se destacan en todas las respuestas aspectos como lo social, lo ambiental y lo ecológico. Algunas incluyen en el concepto el tema de cumplimiento de disposiciones legales y disminución de los impuestos. Se tiene en cuenta también, por parte de algunas empresas, la calidad en la prestación de los servicios como un componente importante de la Responsabilidad Social.

Existencia de planes de R.S.E (pregunta 8)

Planes de R.S.E.	N°	%
SI	8	30.76
NO	18	69.24
TOTAL	26	100

Sólo 8 de las 26 empresas (30.76%) tienen planes de R.S.E, lo que ratifica que en la subregión el tema ha sido poco abordado por las ESPD, es importante analizar además que esto se puede explicar también por el tamaño de las empresas y su misma naturaleza, pues muchas de las 18 empresas (69.24%) que no cuentan con plan son de carácter público y municipal y sólo buscan prestar el servicio público como mandato constitucional a grupos poblacionales de pequeñas localidades. Por el contrario aquellas que tienen planes o realizan acciones corresponden a localidades intermedias en donde se concentran actividades comerciales e industriales (casos Rionegro, La Ceja, El Retiro), u otras de carácter mixto o privado como EPM, Conhydra).

En la pregunta 9 sobre el tipo de Acciones de R.S.E de las empresas que tienen planes, se encuentra que aunque la mayoría de las empresas estudiadas coinciden en tener a los usuarios como foco vital de sus planes o acciones de Responsabilidad Social Empresarial, se pudo percibir que muy pocas incluyen otros grupos de interés tales como: proveedores, empleados y otros sectores de la sociedad.

Sobre los motivos para asumir la R.S.E (pregunta 10)

Que Motivo a la Empresa RSE	N°
Por Obligación	
Para cumplir la Ley	
Por Filantropía	2
Por la Imagen de La Empresa	4
Otros	2
Total	8

Al hablar de las motivaciones para adoptar un plan de responsabilidad social empresarial en las 8 empresas predomina la imagen de la empresa, la filantropía; además del compromiso con los clientes, el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad de la empresa, la ética, y la búsqueda de una mejora en la calidad de vida de las comunidades.

Por qué se hacen las acciones? (pregunta 11)

ACCIONES DE RSE	N°
Cumplir con la Ley	
Sostener el negocio	
Beneficiar los Grupos de Interés	8
Otros	
Total	8

Cuando se refieren al por qué se realizan acciones de responsabilidad social empresarial, en las 8 empresas con planes de RSE hablan predominantemente de apoyo y beneficio de los grupos de interés, con acciones enfocadas a grupos organizados, dependencias municipales, aportes económicos para eventos u organizaciones de carácter social.

Ventajas de las acciones de RSE (pregunta 12)

Traen Ventajas las acciones de RSE.	N°
SI	8
NO	
TOTAL	100

En este punto se observa que en las 8 empresas que tiene planes el 100% consideran que por el hecho de realizar estas acciones se generan ventajas, ya sea por posicionamiento de la empresa, acercamiento a la comunidad, e incluso disminuir impuestos.

Pregunta 14, sobre si estarían dispuestos a recibir asesorías

Estarían dispuesto a realizar inversiones para recibir asesorías	N°	%
SI	14	53.85
NO	4	15.38
OTROS (ya poseen plan)	8	N/A
TOTAL	26	100

Del total de las empresas 8 ya poseen plan, mientras de las 18 que no lo tienen (53.85%) 14 estarían dispuestos a recibir asesorías para desarrollarlo, mientras 4 indican no estar dispuestos.

Pregunta 15 para empresas que no tiene plan

Porque no se tiene Plan de RSE.	N°	%
No lo considera Importante		
No hay presupuesto	7	38.89
No es necesario	1	5.55
Por otros motivos	10	55.56
TOTAL	18	100%

El 38.89% dicen no tener un plan de responsabilidad social por motivos económicos, esto se debe a que las empresas de carácter municipal no cuentan con presupuesto para invertir en este tipo de actividades, porque no es obligatorio, solo cumplen con lo que está reglamentado. El 5.55% manifiesta que no se necesita tener un plan de RSE para ser socialmente responsables, solo se cumple con lo que esta normatizado, mientras el 55.56 % tiene otros motivos como no tener conocimiento, desconocer sobre el tema y falta información y lineamientos para realizarlo porque no es un requisito normativo.

8. CONCLUSIONES

- 8.1** Si bien en los diferentes planes propuestos como modelo en el estudio se sugieren acciones claras sobre el ejercicio de la R.S.E, muy pocas de las empresas de servicios públicos domiciliarios de la subregión del oriente antioqueño desarrollan estas actividades, en la mayoría de los casos por ser pequeñas, que sólo tratan de garantizar el derecho de las comunidades de tener acceso a los servicios públicos, y en otros casos por carecer de recursos para realizar actividades con los grupos de interés.
- 8.2** En la subregión del oriente antioqueño se observan grandes diferencias en el enfoque de la responsabilidad social empresarial debido a la heterogeneidad de las empresas, pues existen incluso empresas municipales y unidades de servicios con menos de 1.000 clientes, frente a otras como EPM, que manejan toda la subregión, esto se refleja en la existencia de planes en sólo 8 de las 26 empresas, mientras las 18 restantes no los tienen.
- 8.3** El estudio también permite dimensionar como el tema de RSE es nuevo y novedoso para algunas de las empresas o unidades de SPD en el Oriente Antioqueño, esto debido a que la mayoría de los encuestados no obstante haber escuchado hablar del término, manifiestan que las empresas no tienen planes de RSE, además de que no saben cómo elaborar uno. Para los encuestados la RSE la enfocan en las retribuciones sociales que debe hacer la empresa por el usufructo de los recursos que benefician a la empresa, pero olvidan otros componentes como las relaciones con todos los grupos de interés.
- 8.4** Con este ejercicio de investigación, se pudo confirmar que sólo 8 de las 26 empresas de servicios públicos consultadas tienen Planes de Responsabilidad Social empresarial, lo que permite decir que en el oriente antioqueño hace falta la elaboración de propuestas para planes de responsabilidad social para este tipo de empresas. Adicionalmente se

encontró que 2 de estas (el 25%) tiene entre 3.001 y 5.000 suscriptores, mientras las 6 empresas restantes (el 75%) tienen más de 5.000 suscriptores, ratificando la hipótesis de que la existencia de estos planes, está directamente relacionada con el tamaño de la empresa y la disponibilidad de recursos.

8.5 Se pudo observar que la gran mayoría de empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios que están constituidas con capital público en su totalidad, no cuentan con planes de Responsabilidad Social, sin embargo, desarrollan acciones de capacitación sobre el uso eficiente del servicio, como consecuencia del que hacer del negocio y el cumplimiento de disposiciones legales.

8.6 Dentro de las acciones de R.S. E identificadas se pudo observar que el 75% de las empresas y unidades de servicios públicos realizan acciones de reforestación, manejo de cuencas hidrográficas, visitas domiciliarias para el consumo racional del agua, manejo integral de residuos sólidos y campañas educativas en las instituciones educativas de sus municipios, con esto se visualiza que la desde la normatividad ya se están manejando una serie de lineamientos que contemplan la sostenibilidad ambiental y social, sin embargo es necesario establecer una propuesta contenga los aspectos fundamentales de la RSE, que están contemplados desde la ley 142 y completar lo que le falta desde la RSE que den luces para que estas empresas puedan aplicar en sus municipios.

9. RECOMENDACIONES

9.1 Respecto a la articulación del tema de la R.S.E en las empresas de servicios públicos de la subregión, se hace necesario que estas empresas sean incluidas en las diferentes propuestas que se vienen desarrollando en la zona, caso Confecámaras, y Cámara de Comercio del Oriente, de esta forma se podría ayudar a las pequeñas empresas a comenzar con la inclusión en sus políticas empresariales de la responsabilidad social y el trabajo a desarrollar con sus grupos de interés.

9.2 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, igualmente si existe voluntad para desarrollarlas. Además requieren de un monitoreo permanente de su desempeño para que su cumplimiento sea efectivo.

10. RESPONSABILIDAD ETICA

Los autores dejan constancia que la información suministrada por los representantes de las empresas contactadas es fidedigna, igualmente que se socializaron los objetivos y alcance del estudio en el momento en que se aplicaron las encuestas.

Respecto a la confidencialidad de la información obtenida en cada una de las empresas, esta se mantiene por parte del equipo investigador, y sólo puede ser difundida con autorización de los representantes de las diferentes empresas. De otra parte existe el compromiso de mostrar los resultados de este estudio a las empresas contactadas en el momento que lo requieran.

11. BIBLIOGRAFIA

- Ander-Egg. (1995). Técnicas de investigación Social. Lumen, Argentina,. 24 ediciones.
- América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones – FOMIN. (2011) Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, 2011.
- Bunge, M. (1969). La investigación Científica. Ariel. España
- Alea García, Alina (2005). Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hasta el desarrollo sostenible. Revista Futuros. “Revista Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible” No. 12. Vol 3.
- Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes -ANDESCO- (2010). Propuesta modelo de RSE para las empresas de servicios públicos ESP y de tecnologías de la información y las comunicaciones –TIC-. Versión Febrero 8 de 2010.
- Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes –ANDESCO, (2011). Boletín1 Responsabilidad Social empresarial, febrero de 2011.
- Asociación Nacional de Industriales- ANDI, Presentación del 6° encuentro de responsabilidad Social Empresarial. Cali, noviembre 24 y 25 de 2011. En: <http://www.andi.com.co>.
- Bowen, H (1953). Social responsibilities of the businessman. Editorial New York, Harper. Série Ethics and economics of society, 1st ed.
- Bull, Benedicto (2004).Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? Revista Venezolana de Gerencia ISSN 1315-9984.

Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. (2007). indicadores de responsabilidad social: medio pero no fin. Consultado el 1 de agosto de 2011 de www.ccre.org.co.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001), “Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. 18.7.2001. COM (2001) 366 final”, Bruselas.

Constitución Política de Colombia 1991. Edición 2002. Editorial libro arte Ltda.

Correa María Emilia y otros (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Serie medio ambiente y desarrollo 85. Santiago de Chile, pág. 279.

CCRE, Ipsos- Napoleón Franco, Colombia (2006). Estudio “Línea de Base sobre Responsabilidad Social Empresarial en Colombia”. <http://www.ccre.org.co>. Consultado febrero 10 de 2012.

Diario Oficial 41373. (1994). Ley 134 de 1994. (mayo31) por la cual se dictan normas sobre Mecanismos de Participación. Ciudadana.

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.

Expoknews (2009). Historia de la Responsabilidad Social. En: <http://www.expoknews.com/2009/12/01/historia-de-la-responsabilidad-social/>. Consultado febrero 28 de 2012.

González, M. (1997). Metodología de la investigación social. Aguacalera. España. 1 edición.

Guía Técnica Colombiana. (2007) GTC180. Editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). Agosto de 2007.

Gonzales Tito (2005). La responsabilidad social de la empresa. Un buen negocio. www.monografias.com. Consultado febrero 20 de 2012.

Gutiérrez R. (2008), "Oportunidades para unos y otros". En: Colombia Revista Dinero ISSN: 1578-7311 ed: v.1 fasc.262.

Hernández, Fernández y Baptista (1991). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill, México.

Hernández, Juan y Ramiro, Pedro (eds.) El negocio de la responsabilidad. Crítica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales (Icaria - Paz con Dignidad), 2009.

Hurtado, H y otros (2006). Servicios públicos domiciliarios: 6 aplicaciones en el caso del departamento de Antioquia, tesis de grado de la Especialización en servicios Públicos, Universidad de Medellín.

Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (1998) Gestión de Programas Sociales en América Latina. Santiago.

Organización Internacional del trabajo (2006). Guía de recursos sobre responsabilidad Social de la empresa. En: <http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/csr.htm>. Consultado febrero 28 de 2012.

Programa de Empresariado Social –PES (2010) Colombia. (Facilidad de proyectos de responsabilidad social empresarial, en

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=765187>. Consultado noviembre 10 de 2011.

Vivanco, F y Ternent, C (2009), programa de Empresariado social (PES) Colombia. En: <http://idbdocs.iadb.org>. Consultado enero 06 de 2012.

Vives, Antonio y Peinado, Estrella (Editores) (2011). La responsabilidad Social de la empresa, en <http://www.docstoc.com/docs/110263654/>. Consultado diciembre 10 de 2011.

Zuluaga, R (2009). La responsabilidad Social llega a través de la Cámara, en: edición 158 del Boletín de la Cámara de Comercio del Oriente, agosto de 2009.

12. CIBERGRAFÍA

<http://www.andesco.org.co/site/assets/media/enterese-1-2011.pdf>. Consultado octubre 15 de 2011.

[http://www.andesco.org.co/site/assets/media/RSE/Enterese.Boletín de Responsabilidad Social y Empresarial ANDESCO](http://www.andesco.org.co/site/assets/media/RSE/Enterese.Boletín%20de%20Responsabilidad%20Social%20y%20Empresarial%20ANDESCO.pdf). Consultado diciembre 15 de 2011.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/ResponsabilidadSocialEmpresarial/1662498.html>. Consultado enero 08 de 2012.

<http://www.cecodes.org.co/boletin-marzo-2011/1060-premio-andesco-a-la-rse.html>. Consultado diciembre de 2011.

http://www.conhydra.com/nuestra_empresa.php. Consultado agosto 10 de 2011.

<http://www.desdeamerica.org.ar/pdf/resenas%20sobre%20cambio%20climatico.pdf>. Consultado enero 16 de 2012.

<http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/oportunidades-para-unos-otros/36374>. Consultado, noviembre 15 de 2011.

<http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresas/articulo/inversion-rentable/36420>. Consultado septiembre 15 de 2011.

www.edatel.net.co/.../24-actividades-de-responsabilidad-social-empresarial. Consultado agosto 20 de 2011.

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2222144>. Consultado agosto 17 de 2011.

<http://www.eltiempo.com/tiempoimpreso/edicionimpresa/economicas/redireccion.html>. Consultado septiembre 16 de 2011.

<http://www.eepdelaceja.gov.co/index.php/es/>. Consultado agosto 20 de 2011

<http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/csr.htm>. Consultado enero 25 de 2012.

<http://www.jussempere.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/libroverdedelaue.html>.

labuenaempresa.wordpress.com/2009/02/12/10. Consultado octubre 10 de 2011.

<http://www.letra.org/spip/spip.php?article3091>. Consultado diciembre 23 de 2011.

http://www.mapeorse.info/sites/default/files/Hacia_la_RSE_Una_aproximacion_desde.pdf. Consultado diciembre 23 de 2011.

<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>. Consultado febrero 10 de 2012.

<http://www.pactoglobal-colombia.org/pgcolombia.html>. Consultado enero 20 de 2012.

http://www.pactomundial.org/informeprogreso/recursos/doc/762/2006/27865_199199200611240.pdf. Consultado febrero 28 de 2012.

<http://www.petrobras.com.br/sponsabilidad-Social-Empresarial-se>- consultado agosto 15 de 2011.

http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp2.htm. Consultado septiembre 28 de 2011.

<http://www.uci.ac.cr/Biblioteca/Tesis/PFGMAP823.pdf>