

Transparencia Empresarial

Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia en Empresas de Servicios Públicos

Un exitoso ejercicio voluntario de prevención de la corrupción

Dado el carácter social de los servicios públicos, el alcance que para el Estado tiene el modelo de delegación y de participación público – privado en su prestación y el significativo volumen de recursos que representa el sector, garantizar una gestión íntegra, confiable y transparente en las empresas de servicios públicos es un imperativo indispensable.

Varios e importantes grupos empresariales y la participación voluntaria de pequeñas y medianas empresas, de diferentes regiones del país que prestan servicios de energía, gas, agua y telecomunicaciones a más de 90% de la población colombiana, se han vinculado de manera voluntaria, y han convocado a sus filiales a éste ejercicio que busca:

- Identificar el grado de desarrollo de las prácticas y políticas de transparencia de cada empresa
- Incentivar la formulación de planes de mejoramiento para fomentar la ética en sus relaciones de negocio a partir de las recomendaciones formuladas por la medición para cada compañía
- Destacar a las empresas comprometidas con sus grupos de interés y con los mejores estándares de transparencia.

Para preservar la independencia y la transparencia del proceso de medición, las empresas firman con la Corporación Transparencia por Colombia unas reglas de participación en las que se comprometen a respetar la autonomía de quien hace la medición y a suministrar información a la ciudadanía sobre el proceso. Transparencia por Colombia desarrolla esta medición mediante un acuerdo de prestación de servicios con cada empresa. En 2011 se realizará la cuarta evaluación.

Transparencia: una exigencia en el mundo globalizado

Cada vez más las sociedades del mundo entero exigen a las empresas establecer si su actividad, además de crear riqueza para sus socios o dueños, realmente genera valor para la sociedad y contribuye a mejorar las condiciones de equidad y bienestar de las comunidades. De esta manera, se empiezan a demandar hoy, de forma sistemática, valores corporativos como la honestidad en los negocios, la confianza y la transparencia. Valores que en el ejercicio empresarial no vulneren los derechos de sus grupos de interés ni la sostenibilidad del entorno natural y social en el que desarrollan sus acciones. Por ello, las oportunidades de negocios deben gestionarse con los más altos estándares éticos y de transparencia, entendiendo que esta es un pilar fundamental en la creación de valor social.

Núñez, Georgina, La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Serie Medio Ambiente y Desarrollo, CEPAL -2004.



En el sector de los servicios públicos, los estándares éticos y de transparencia son condición esencial. En esta actividad empresarial converge el cuidado de lo público en procura del bienestar de los ciudadanos con la gestión del sector privado para inyectar eficiencia y calidad en la prestación de los servicios.

CONTENIDO

¿Por qué es importante el monitoreo a las prácticas de transparencia en las empresas de servicios públicos?.....2

Cuatro factores que mejoran La transparencia empresarial.....4

El ciclo de mejora continua en el modelo de evaluación6

Fuentes y procesamiento de la información7



¿Por qué es importante el monitoreo a las prácticas de transparencia en las empresas de servicios públicos?

En Colombia durante los últimos años los servicios públicos se prestan en un escenario de libre competencia donde concurren empresas privadas y públicas. Esta prestación se asocia a la calidad de vida de los ciudadanos y su desarrollo económico y social. Por ello, es exigible a todos los actores involucrados: empresas, organismos de regulación, vigilancia y control y al propio Estado, actuar con los más altos estándares de transparencia.

Como lo expresaba el Premio Nobel de Economía Amartya Senn, *“la economía de mercado, necesita de la confianza mutua y cuando ésta se destruye es difícil regenerarla”*.

La transparencia es la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones y el monitoreo a dichas actuaciones puede lograrse a través de herramientas de medición que permitan jalonar estándares de transparencia en la gestión empresarial y gestionar conocimiento a partir de compartir buenas prácticas de prevención de la corrupción y generación de confianza y transparencia.

“El reto para los próximos años será diseñar nuevas reglas e instituciones que reduzcan los riesgos sistémicos. La medición de esos riesgos exigirá contar con mejor información y será preciso revisar las normas sobre transparencia, divulgación y declaración de información, recabando datos de un conjunto mucho mayor de instituciones.”

Olivier Blanchard

Consejero Económico y Director del Departamento de Estudios del Fondo Monetario Internacional

INTERESES DE LOS GRUPOS RELACIONADOS CON LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS

SOCIOS, ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS

- Riesgos empresariales
- Rentabilidad
- Sostenibilidad económica, social, y ambiental
- Operaciones que afectan a accionistas minoritarios

CLIENTES

- Información veraz y clara sobre productos y servicios
- Condiciones de acceso al servicio
- Calidad del servicio

PROVEEDORES

- Posibilidades comerciales
- Criterios de selección, evaluación y categorización

SOCIEDAD EN GENERAL

Enfoque de la medición: Acciones frente a los grupos de interés y cumplimiento de estándares internacionales

El modelo de Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia en Empresas de Servicios Públicos se construye considerando la teoría de los grupos de interés o stakeholders, con base en la normatividad vigente en Colombia y a partir de los más importantes estándares internacionales de transparencia.

En esta evaluación se consideran stakeholders los clientes, los proveedores, los accionistas, los trabajadores, las empresas de la competencia, las entidades de gobierno y las comunidades locales.

El modelo de evaluación mide las políticas y mecanismos de transparencia en empresas de servicios públicos, independientemente de la naturaleza jurídica del prestador o del objeto social que desarrolla.



Contenidos de transparencia en principios y estándares índices de sostenibilidad

EJES	Transparencia	Divulgación de información	Gobierno Corporativo (Publicidad-Comunicación/Verificación).	Colaboración y dialogo con los Stakeholders	Políticas de Ética	Estándares aplicados a los socios	Políticas anticorrupción y contra el soborno
Directrices para multinacionales de la OCDE*		X	X	X		X	X
Principios de la OCDE en Gobierno Corporativo	X		X	X		X	
Pacto Mundial de las Naciones Unidas		X	X			X	X
Estándar GRI de gestión empresarial -Global Report Initiative		X		X			
Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno de TI** y Social Accountability Internacional			X			X	X
Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, del Instituto Ethos de Brasil		X		X	X	X	X
Índice de Sostenibilidad de Bovespa		X	X	X		X	
Índice bursátil del Grupo FTSE –Financial Time Security Exchange- y la Bolsa de Londres		X				X	X
Índice Dow Jones de Sostenibilidad		X			X	X	

Fuente: Elaboración Martha Elena Badel – Consultora Transparencia por Colombia

* Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
 ** Transparencia Internacional
 *** Índice accionario de la Bolsa de Sao Paulo Brasil



El fortalecimiento de un ejercicio empresarial responsable y transparente va camino de ser no solo una ventaja competitiva, sino una garantía para aquellos que se relacionan con las empresas y un derecho exigible por la sociedad.

4

Cuatro factores que mejoran La transparencia empresarial:

- Apertura informativa,
- Diálogo con los clientes,
- Reglas claras y
- Control

Son evaluados a través de 48 indicadores que analizan el grado de apertura de las empresas hacia sus grupos de interés, la eficacia de los sistemas de atención a clientes, las acciones de autorregulación en ética empresarial, la efectividad de sus sistemas de control internos y externos, y las buenas prácticas de gobierno corporativo.



1

Apertura Informativa

Evalúa la rentabilidad de la información:

- oportuna
- clara, comprensible
- completa, veraz, confiable

Para los socios:

Ej: riesgos de la inversión, sostenibilidad económica, social, ambiental.

Para los clientes:

Ej: productos y servicios, accesibilidad y calidad de los servicios.

Para los proveedores:

Ej: condiciones de la contratación, posibilidades comerciales.

Para la sociedad:

Ej: impacto ambiental, transferencia en los recursos locales.

LA CLAVE

Difusión y publicidad de la información

2

Diálogo con los clientes

Evalúa la política, las estrategias, los canales o mecanismos usados para brindar atención a los clientes

Los cuales deben garantizar relaciones de inclusión e igualdad para la satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios

Sistema de atención al cliente

Ej: página web, oficinas de atención, líneas telefónicas, oficinas virtuales, correos electrónicos y puntos de atención

Espacios de control social
Y participación ciudadana

Reporte a la sociedad

De encuestas y evaluaciones al sistema de atención

Planes y acciones correctivos y preventivos

Capacitación al personal responsable del Sistema de Atención a Clientes - SAC- y planes de acción dirigidos a brindar información sobre el servicio y los productos, derechos y deberes

Estrechar las relaciones con el cliente

Tarea estratégica para las empresas de servicios públicos



3

Reglas claras

Se mide la existencia de políticas y estrategias en ética empresarial y gobierno corporativo

Ética empresarial

Existencia de código de ética o declaración de comportamientos éticos y sus contenidos mínimos y alineación de la cadena de valor con los principios y valores éticos

Gobierno corporativo

Códigos de gobierno corporativo: contenidos mínimos frente a Asamblea General, Junta Directiva y revelación de información Financiera y no Financiera

Normas, principios y valores en la cultura organizacional



Mayor sintonía con los grupos de interés

4

Control

Mecanismos, procedimientos, planes y métodos de evaluación y verificación

Adoptados de manera voluntaria

Ejemplo:

- Informes de auditoría, revisoría fiscal, calificaciones de riesgo financiero
- Participación de la empresa en mediaciones de responsabilidad social empresarial
- Aplicación o adhesión a estándares internacionales
- Ejercicios de rendición de cuentas
- Incentivos generados para promover en la sociedad una participación más activa en procesos de seguimiento y control de los recursos invertidos en proyectos sociales.

Asegura el logro de metas y objetivos



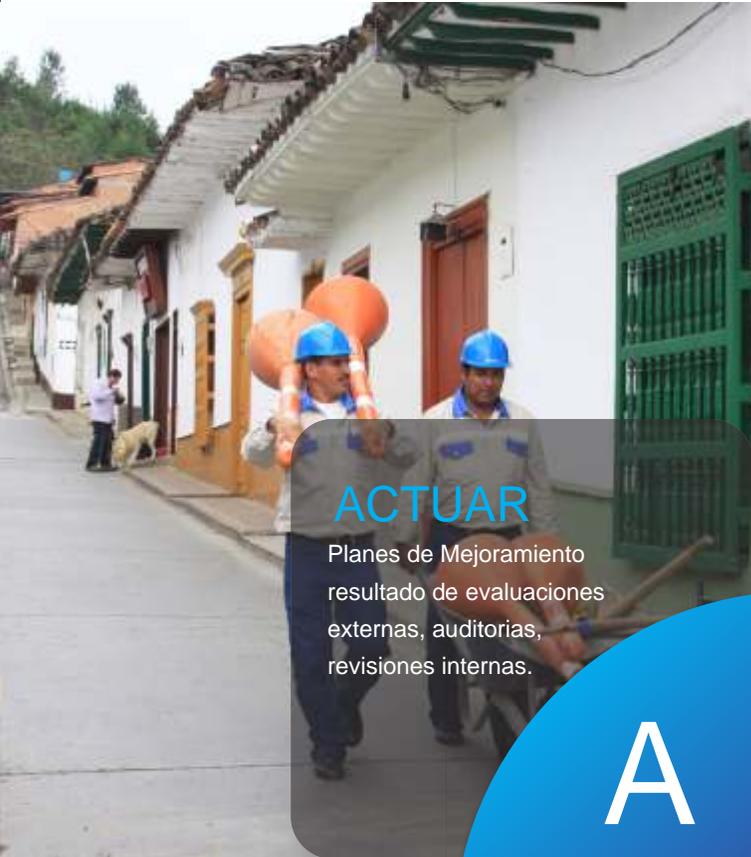
De la gestión empresarial

En la gestión empresarial, y en particular, en la prestación de servicios públicos, los estándares éticos y de transparencia son condición esencial. En ellos converge el cuidado de lo público en procura del bienestar de los ciudadanos con la gestión de recursos públicos y privados para dar eficiencia y calidad.

Los planes de mejoramiento

Una parte central de la evaluación es el diseño de planes de mejoramiento para fomentar la ética y la transparencia en las relaciones de negocio a partir de las recomendaciones de la medición. Este proceso se realiza teniendo en cuenta el ciclo de mejora continua “Planear, hacer, verificar, actuar” – PHVA

EL CICLO DE MEJORA CONTINUA EN EL MODELO DE EVALUACIÓN



ACTUAR
Planes de Mejoramiento resultado de evaluaciones externas, auditorias, revisiones internas.



PLANEAR
Definición de la política: conceptos y lineamientos de transparencia empresarial.



VERIFICAR
Monitoreo y evaluación de prácticas e indicadores de Oferta Pública de Información y Rendición de Cuentas.



HACER
Implementación de acciones y definición de responsables. Proceso participativo atendiendo los requerimientos de los grupos de interés.

Fuentes y procesamiento de la información

La medición utiliza información suministrada por las empresas, las entidades reguladoras y los organismos de control. La información se sistematiza en matrices, con base en las cuales se califican los indicadores, cuyos puntajes son ponderados, de acuerdo con dos categorías:

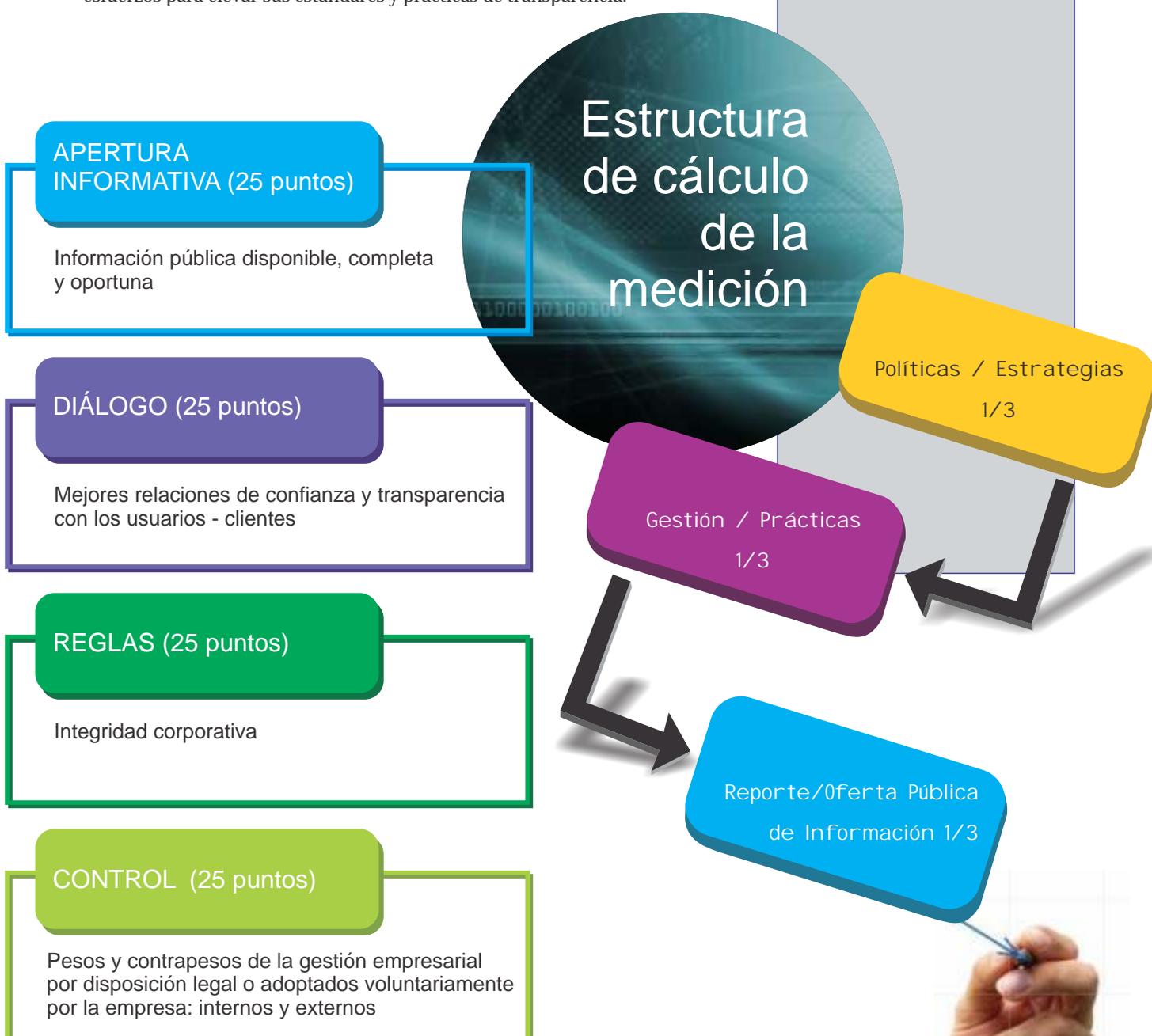
- Información o mecanismos mínimos: los que la empresa produce, dispone o implementa para el cumplimiento de las normas, o los que se interpretan como lo básico dentro de los principios de la transparencia empresarial.
- Información o mecanismos significativos: los que van más allá de lo que el marco normativo exige y es considerado como un esfuerzo adicional, un estándar que debería imitarse.

En el cálculo de la calificación, los cuatro componentes tienen el mismo peso: 25 puntos cada uno. Se califican de cero a 100 puntos, en donde cero es la mínima calificación y 100 es la máxima, que indica altos estándares de transparencia. La evaluación arroja resultados en los 48 indicadores de la medición y hallazgos generales que se agrupan en dos categorías:

- Buenas prácticas: estándares y mecanismos de transparencia que pueden replicarse en otras empresas del sector.
- Recomendaciones: aspectos en los que las empresas deben concentrar sus esfuerzos para elevar sus estándares y prácticas de transparencia.

“Nuestras vidas empiezan a llegar a su fin el día que guardamos silencio acerca de las cosas que importan”

Martin Luther King Jr.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Conceptos comunes en las definiciones sobre a nivel internacional:

- La relevancia social de la empresa como un ciudadano corporativo que participa activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- Gestión de efectos: las empresas identifican y asumen con responsabilidad los efectos que pueden generar su cadena de valor.
- Consulta y comunicación con los grupos de interés.

Fuente: Núñez, Georgina, *La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Serie Medio Ambiente y Desarrollo, CEPAL -2004.*

Negocios limpios: no más soborno, cero corrupción

Transparencia por Colombia convoca a las empresas de servicios públicos a implementar un sistema de integridad corporativa, articulado a la estrategia empresarial y a su voluntad de luchar contra la corrupción, que propenda por una acción concreta de “No más soborno, cero corrupción”. La dinámica de los nuevos negocios y la internacionalización de la economía han impulsado a considerar la importancia de la transparencia, los negocios limpios y la construcción de países más desarrollados y competitivos. La Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia en las empresas de Servicios

Públicos cobra relevancia si se considera que los resultados de la Segunda Encuesta Nacional sobre prácticas contra el Soborno en empresas colombianas, realizada en 2010, muestran que 93% de los empresarios consultados percibe que hay empresarios que ofrecen sobornos en el giro de sus negocios. Los resultados de este estudio de Transparencia por Colombia y la Universidad Externado de Colombia también muestran que la cultura de aplicación de prácticas de prevención del soborno aún es incipiente en nuestro país.



No ofrezca, no pague, no reciba, no pida.

“La verdad que hace libres a los hombres es, en su mayor parte, la verdad que los hombres prefieren no escuchar”.

Herbert Agar

Transparencia Empresarial

CORPORACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

ELISABETH UNGAR BLEIER
Directora Ejecutiva

ALMA ROCÍO BALCÁZAR
Directora Sector Privado

MARTHA ELENA BADEL RUEDA
Dirección del Proyecto
Medición de Políticas y Mecanismos de Transparencia en Empresas de Servicios Públicos

LORENA ROA
Asistente

BOLETÍN TRANSPARENCIA EMPRESARIAL

JANNETTE BONILLA TORRES
Textos y edición

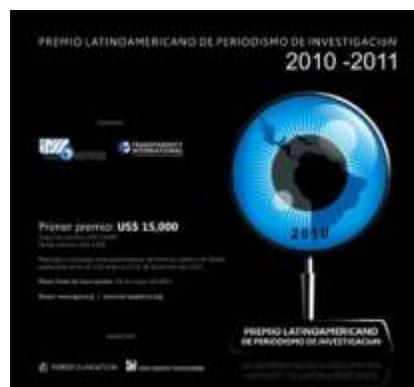
LAURA DEL PINO
Diseño y diagramación

FOTOS
Archivo ISAGEN
Archivo EPM

Carrera 8 No. 69-60
PBX: 235 0900
Correo electrónico:
transparencia@transparenciacolombia.org.co

KEEPING FORESTS
CLEAN AND GREEN

Proximos Eventos



**TRANSPARENCIA
POR COLOMBIA**

CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

www.transparenciacolombia.org.co