

Primera evaluación sobre Políticas de Transparencia Empresas Públicas de Medellín (Matriz del Grupo Empresarial) 2008

Empresa

País: Colombia
Naturaleza: Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden municipal Acuerdo No 069 de 1997 Consejo de Medellín.

Actividad: Prestación de servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo y energía, distribución de Gas combustible y Servicios de Telecomunicaciones.

Activos 2007: 15.509574 millones de pesos colombianos.

Cientes a 2007:

Acueducto: 2.880.880 usuarios.

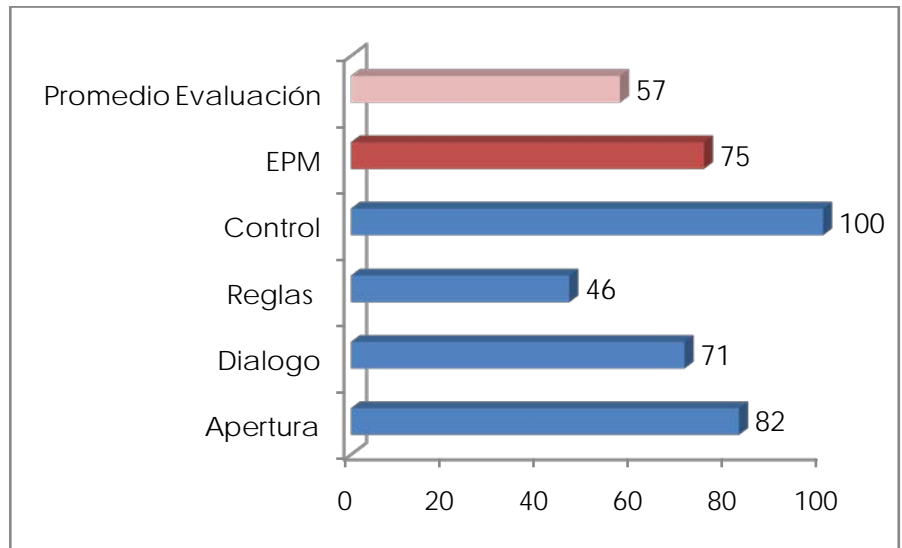
Alcantarillado: 771.553 suscriptores (instalaciones).

Energía: 1.625.224 suscriptores (instalaciones)

GAS: 309.552 suscriptores (instalaciones).

Empleados vinculados 2007: 5.356

Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Social Empresarial 2007



Dentro del grupo de las 10 empresas promotoras de este modelo de evaluación, EPM arroja unos resultados que la ubican como la 3ª empresa de servicios públicos con los más altos estándares de transparencia.

Resultados que reflejan un *Modelo de Gestión Empresarial Público*, que ha incorporado en su gestión empresarial los estándares internacionales de buenas prácticas de transparencia, ética y gobierno corporativo. Dentro de los aspectos que más se destacan al aplicar este Modelo de Evaluación, son políticas de apertura a través de la entrega de información, su publicidad y comunicación a los diferentes grupos de interés, la implementación de diversos mecanismos para atender a sus clientes, el seguimiento y evaluación de sus sistemas de atención y el grado de satisfacción de sus clientes. Estas mediciones realizadas periódicamente confirman que la empresa genera los canales adecuados para el Dialogo con sus clientes y a partir de ellos se esfuerza por lograr un mejoramiento continuo.

Apertura EPM: 82 /100

Promedio Evaluación: 56/100

Mide la disponibilidad de información oportuna y completa a los grupos de interés.

¿Cómo se mide? A través de informes anuales, informe de RSE, informes de auditoría, folletos, boletines, revistas, y demás medios de información se evalúa que la información esté disponible oportuna y completa a socios accionistas e inversionistas, clientes, proveedores, sociedad en general.

Grupo de interés	Estándar	EPM
Socios, Accionistas e Inversionistas	25	18
Clientes	25	21
Proveedores	25	19
Sociedad	25	25

En la evaluación de apertura, EPM tiene la 2da mejor calificación del grupo de las 10 empresas evaluadas, especialmente la disponibilidad de información a sus clientes, demostrando un compromiso de lograr una comunicación clara y asertiva sobre derechos, deberes, uso eficiente del servicio entre otros temas de interés.

LAS BUENAS PRÁCTICAS:

- ✓ Se valora que la empresa haya definido políticas y directrices que rijan sus prácticas de transparencia y apertura. EPM ha determinado en su Código de Gobierno Corporativo unas directrices para el manejo de la información buscando como lo expresa en la sección 6.4. **“garantizar el ejercicio del derecho ciudadano a la información”**, dentro del marco constitucional y legal del país. Internamente ha previsto disposiciones de Junta Directiva¹ para reglamentar la tramitación interna de peticiones quejas y reclamos que se formulen a la empresa. Disposiciones relacionadas con el manejo de la información confidencial² y el suministro de información geográfica a clientes y entidades externas de EPM³
- ✓ El sitio web de EPM es utilizado estratégicamente para que los diferentes grupos de interés puedan acceder a todo tipo de información relacionada con el negocio. Más del 90% de la información necesaria para la evaluación se encontró disponible en su sitio web⁴, desde el primer semestre del año, permitiendo de esta forma que los grupos de interés accedan fácil y oportunamente a ella y puedan analizar y/o cuestionarla si es del caso. Una página Web, que está en evolución permanente para entregar información cada vez más completa y oportuna sobre la empresa y el sector de los servicios públicos en general.
- ✓ Se destaca que la información empresarial, en sitio web está organizada por los distintos perfiles de los grupos de interés, el servicio público que proveen, lo cual resulta una buena práctica que permite avanzar en la democratización de la información empresarial y disminuir las asimetrías entre las empresas y sus grupos de interés.
- ✓ Se destacan los múltiples mecanismos de comunicación utilizados por la empresa para divulgar información a sus grupos de interés como: Folletos, Revistas, Programas de Televisión Regional, Programas de Radio, presentaciones virtuales, trabajos pedagógicos y didácticos especialmente para los nuevos usuarios de servicios, el respeto y uso eficiente de los servicios especialmente de energía, agua y gas.
- ✓ EPM ha realizado un excelente trabajo aplicando la metodología GRI siguiendo las pautas y lineamientos de la misma, respetando los contenidos y parámetros de las memorias, enfoque de gestión e indicadores de desempeño, informe de gobierno corporativo, y compromisos retos y participación de los grupos de interés. Con claros retos a futuro relacionados con comparabilidad y precisión de la

Los usuarios o clientes tiene derecho a recibir a través de las empresas o de la Superintendencia información sobre las situaciones que pongan en peligro la viabilidad financiera de la empresa, las fallas que encuentren en el control interno y en general apreciaciones de evaluación sobre el manejo de las empresas (una vez al año) Informe de Auditoría Externa de Gestión y Resultados (Art. 51 de la Ley 142 de 1994 y Art. 53) “...la evaluación debe ser ampliamente difundida entre los usuarios utilizando medios masivos de comunicación....”.

¹ Decreto 71 de Septiembre 26 de 1996.

² Circular 1145 de 2000 del Gerente General

³ Circulares 865 de 1995/ 1147 de 2000 de la Gerencia General de EPM.

⁴ Hay una recomendación relacionada con la usabilidad y el acceso de la página, seguramente asociada a los contenidos, pero debería revisarse para que la misma pueda ser consultada con mayor agilidad y eficacia.

información, pero que innegablemente denotan un esfuerzo de apertura siguiendo estándares internacionales.

RECOMENDACIONES:

- Este Modelo de Evaluación definió como información mínima a accionistas, inversionistas y socios, la información sobre riesgos y gestión y control de los mismos, que pueden afectar el logro estratégico de la empresa y son inaceptables para los grupos de interés. No fue posible verificar con las diferentes fuentes consultadas si EPM está difundiendo y comunicando de forma completa y oportuna esa información. Esta es una práctica que debería incorporarse y que incluso otras empresas del sector la están haciendo. Informes de Organismos de Control, e Informes de Auditoría.⁵
- En esa misma línea, se sugiere examinar la publicidad de la información sobre mapas o inventarios de riesgo y la gestión de riesgo⁶; información de valor para socios, accionistas, inversionistas, pero también para otros agentes del mercado.
- Se impulsa a EPM a mantener estos estándares de excelencia en términos de APERTURA exigiéndose cada vez con su cadena de valor proveedores y contratistas.
- En un sector de los servicios públicos con tantas dificultades, donde estas prácticas de transparencia son excepcionales se estimula a EPM como grupo empresarial líder en el país asumir un compromiso más directo con la construcción y el fomento de estas políticas de transparencia en el sector de los servicios públicos como otra forma de ser socialmente responsable. Continuar promoviendo ejercicios de evaluación independientes que eleven los estándares de transparencia del sector.

DIALOGO CLIENTES: 71/100

PROMEDIO EVALUACION: 58/100

Evalúa la eficacia de los sistemas de atención y otros mecanismos que garanticen relaciones de inclusión e igualdad en la satisfacción de necesidades y expectativas.

¿Cómo se mide? A través de la verificación directa o indirecta de la existencia y funcionamiento del sistema de atención a clientes, los mecanismos de seguimiento y evaluación del sistema y sus resultados, el control social y la participación ciudadana, y las variaciones positivas o negativas en las sanciones impuestas por la SSPD - SIC.

Nuevamente EPM obtiene en este factor la segunda mejor calificación dentro del grupo de empresas medidas.

Sistema de Atención Cliente	Estándar 100/100	EPM
Existencia y Funcionamiento del Sistema de Atención	24	20
Evaluaciones y Seguimiento al SAC	56	37
Control Social y Participación Ciudadana	10	8
Sanciones	10	5

⁵ Esta información es de carácter público ya que se produce en virtud de un ejercicio de control fiscal y se comunica a la Contraloría de Medellín y en cumplimiento de disposiciones de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. Lo que sucede es que se publica con un rezago importante que no permite que los grupos de interés la analicen y la usen para el control de la gestión empresarial.

⁶ La información disponible en la página describe criterios y mecanismos aplicados por la empresa para el autocontrol. El informe de RSE de 2007 se hace una mención al control interno o Dirección de Control Interno que hace un seguimiento a los procesos de selección de proveedores. En el Informe Anual de 2007 en las Notas a los Estados contables se precisa información relacionada con el Control de Fiscal de la Empresa, por la Contraloría General de Medellín y las Auditorías Externas por Requerimientos de la Banca Multilateral (Auditoría de la PRICEWATERHOUSE COPPERS LTDA)

Uno de los deberes ineludibles de las empresas de servicios públicos es mantener abiertos canales de comunicación y atención con sus clientes o usuarios. Por ello, la legislación prevé la existencia de una oficina de quejas, reclamos y recursos; pero al mismo tiempo los sistemas de gestión de la calidad imponen estrategias para identificar expectativas y satisfacer necesidades de los clientes, lo cual motiva a integrar otras formas y mecanismos para acercarse y generar lazos de confianza y fidelidad aprovechando las TIC.

En las condiciones de mercado de los servicios públicos en Colombia, la existencia y el funcionamiento de los Sistemas de Atención a Clientes, entraña unos derechos de los clientes a la información precisa, detallada, oportuna sobre su contrato de condiciones uniformes, sus facturas, entre otros temas que afecten la calidad, continuidad e igualdad en la prestación del servicio público. Un seguimiento y evaluación de la eficacia de los sistemas y la satisfacción de los clientes y la toma de medidas o planes de mejoramiento para prevenir o corregir fallas en los sistemas.

Todo ello acompañado mecanismos de control social que logren acercarse a las empresas para acortar las asimetrías de poder y proteger los intereses colectivos, a través de figuras como los vocales de control de los Comités de Desarrollo y Control Social o de Veedurías Ciudadanas.

Según información directa de la empresa (Informe de RSE 2007), EPM tiene una estructura para atender a clientes o suscriptores de Medellín y 9 Municipios del Valle de Aburrá, y un mercado regional conformado por 112 municipios en seis regiones del país. Estos canales de atención son: i) la página web de la empresa www.epm.com.co, vínculo de servicio al cliente, Mi Cuenta donde se ofrece información sobre: pago de servicios, centros de recaudo, horarios de atención en municipios, tarifas por servicios, ii) correo electrónico, iii) Atención telefónica 4444115, iv) Atención Presencial con una red de 24 oficinas: Más Cercas⁷, Oficinas Descentralizadas, Casas de Gobierno, Oficinas Móviles, Localidades.

BUENAS PRÁCTICAS:

- ✓ La empresa pone a disposición de los distintos grupos de interés la existencia y funcionamiento de los mecanismos que conforman el Sistema de Atención; además de un software para la recepción de quejas, reclamaciones y sugerencias denominado SIEBEL apoya igualmente actividades de mercadeo, ventas y servicios y permite el seguimiento de la transacción desde que empieza hasta su cierre.
- ✓ Para validar la eficacia de los Sistemas de Atención, EPM elabora y divulga mediciones al sistema de atención a clientes. En el informe de responsabilidad social se informa que a 2007 este indicador fue del 9.5/10. Corresponde a las respuestas de los clientes sobre amabilidad, tiempo de atención, tiempo de espera y conocimiento e información del personal. Igualmente reporta la empresa 74.500 reclamos y 31.892 quejas a 2007 y el porcentaje de reclamos imputables a EPM respecto del total de facturas 0.13% y quejas efectivas imputables a EPM del total de las operaciones ejecutadas 0.056%. En los resultados de satisfacción del

⁷ Aunque no fue tenido en cuenta en la evaluación por no ser una muestra suficientemente representativa, se visitaron las oficinas de CERCA FLORESTA. En la Oficina se encontraban 6 personas, un orientador ventanilla EPM, UNE e igual ventanillas para pago y otros servicios. Sin embargo, al preguntar ¿cómo poner una queja? se informó que las quejas solo podían ser atendidas en el edificio de EPM; tampoco se encontraron folletos, o documentos informativos para los clientes.

cliente particularmente desmejoró el indicador de 7.10 en el 2006 a 6.46 en el 2007 con o sin mercado regional, en el caso de las Oficinas de atención y líneas de atención se generan unos leves descensos en los indicadores del 2007 justificados por la empresa por la inclusión del mercado regional; pero que para el caso de líneas de atención igual no aplica porque persiste el descenso 8.60 a 2006, 8.49 a 2007 sin el mercado regional.

- ✓ Se destaca que la empresa reporta capacitación a más de un millón de clientes, en el uso eficiente y seguro de los servicios, derechos y deberes y seguridad.
- ✓ Promueve la formación y capacitación de los vocales de control además de que (2) de ellos tienen asiento en la Junta Directiva de la empresa.

RECOMENDACIONES:

- Es preciso que EPM desarrolle mecanismos y procedimiento adicionales para garantizar que la entrega de información a los grupos de interés sea veraz, completa y oportuna. La empresa fue sancionada durante el 2007, por la SSPD y SIC por no reporte de información, incumplimiento plazos para el reporte e incluso algunas inconsistencias, así como se le impusieron multas a 2007 por Silencios Administrativos. Dentro de las quejas que reportó la SSPD de clientes se registran 650 a 2007, especialmente por altos consumos, desviación significativa, fraude y sin servicio.

A pesar de reconocer los esfuerzos de EPM en formación y capacitación a funcionarios de EPM no fue posible identificar que se dice especial importancia a la capacitación de los funcionarios que atienden en sistema de atención a clientes, especialmente en temas relacionados con a) atención, b) manejo de información, c) asuntos éticos.

- EPM debe mantener y reafirmar su compromiso como ciudadano corporativo prestador de servicios públicos trabajando no solo en el reconocimiento de los canales de participación ciudadana y control social, sino fomentando nuevos espacios donde se puedan cualificar, para cumplir un rol más proactivo en el control al "cuidado de lo público, aprovechando su gestión cercana a tantas administraciones municipales.
- Continuar apoyando iniciativas de medición independientes que complementen sus evaluaciones y mediciones especialmente relacionadas con la satisfacción de los clientes. Se ha insistido en este Modelo de Evaluación que la tendencia mundial es que los negocios se hagan con altos estándares de ética y transparencia, pero en el caso de las empresas de servicios públicos el compromiso es inaplazable porque se genera valor sostenible prestando un *buen servicio* que mejore las condiciones de vida de los colombianos.

A pesar de que la calificación de EPM alcanza a estar un punto por encima del grupo de empresas. Este es uno de los aspectos del Modelo de Evaluación donde sugerimos concentrar los mayores esfuerzos de la compañía.

Se encontró en la página web de la empresa documentado un Código de Ética de 1994. Este documento consagra unos principios y valores empresariales como:

REGLAS CLARAS: 46/100

PROMEDIO EVALUACION: 45/100

Mide la existencia, formalización y cumplimiento de normas, principios y valores éticos adoptados e inmersos en la cultura organizacional que permean el modelo de gobierno de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con los grupos de interés.

¿Cómo se mide? A través de la verificación directa de los Códigos de Gobierno Corporativo y de Ética, los informes anuales e informes de RSE y demás documentos que den cuenta de las prácticas de auto-regulación ética y del modelo de gobierno de la empresa (Evaluaciones de Gobierno Corporativo, Programas, Protocolos, Guías y herramientas de gestión)

ETICA 9/50	Estándar 50	EPM
Documentación y contenidos mínimos	10	9
Instancias de Reporte y Consulta	10	0
Arraigo en la Cultura Organizacional	10	0
Alineación de la Cadena de Valor	20	0

- Fidelidad y Lealtad con la organización,
- Calidad e Idoneidad en el ejercicio del cargo,

- Imparcialidad y Equidad en la relación laboral y personal,
- Oportunidad y Cumplimiento del Servicio
- Honestidad y Austeridad en la administración de los recursos,
- Sobriedad y Transparencia en las actuaciones
- Solidaridad y Respeto con y para con los demás
- Compromiso y Colaboración con la comunidad
- Prioridad para el usuario, razón de ser de la empresa.

RECOMENDACIONES:

- Para el Modelo de evaluación propuesto, la ética tiene que ver con la predisposición de la empresa a *tomar decisiones prudentes y justas* creando un clima ético; Los distintos niveles de la empresa saben que las decisiones se toman atendiendo a unos valores y existe la convicción generalizada *de que eso es así*. El código entonces no solo buscará que no se presenten prácticas inadecuadas, sino que ayudará o promoverá que se realicen buenas acciones en el marco de principios y valores que respeta, promueve y evalúa la empresa.
- La gestión ética de EPM puede retomar mecanismos como Diagnósticos del Clima Ético es un estudio de fuentes primarias para identificar tanto las fortalezas como las debilidades en relación con la vivencia de valores éticos en la organización, a partir de la percepción colectiva de sus empleados e incluso de la percepción de sus principales grupos de interés.
- Consensos en la construcción o actualización del Código de Ética, ello implica un trabajo sobre los comportamientos esperados por la organización frente a sus empleados y directivos, socios accionistas e inversionistas, miembros de juntas directivas, proveedores, contratistas y clientes, entre las empresas del grupo empresarial.
- Procesos de Difusión, Sensibilización y trabajo permanente en la búsqueda del arraigo en la cultura organizacional. El diseño e implementación de diferentes actividades de comunicaciones y reconocimiento alrededor de los valores corporativos y los estándares éticos de la organización busca contribuir al proceso de conocimiento e interiorización de dichos valores y estándares por parte de los empleados, fomentar que los valores corporativos se reflejen en comportamientos éticos, permitir la divulgación entre los grupos de interés de los

estándares éticos acogidos por la organización y favorecer la reputación y credibilidad de la organización como una empresa preocupada por ser ejemplo de integridad

- La implementación de un sistema de reporte y consulta se constituye en un conjunto de instancias y procedimientos a través de los cuales se reciben, registran, analizan y se resuelven las inquietudes relativas al cumplimiento del Código de Ética o de Conducta de la empresa
- Finalmente, un trabajo de extensión a su cadena de valor uno de los temas claves en la agenda internacional de RSE y debe considerarse en la gestión de la ética empresarial.
- Uno de los temas que se sugieren deben profundizarse son las políticas anticorrupción o anti soborno; es necesario ir más allá de proscribir las prácticas y conductas corruptas se debe promover un programa acompañado por responsables, instancias de reporte, estrategias de divulgación o comunicación y un monitoreo permanente a través de mecanismos, instancias cuyas funciones deberán consignarse en guías o protocolos.

GOBIERNO CORPORATIVO 37/50	Estándar 50	EPM
Documentación	10	10
Contenidos mínimos de:		
Asamblea General de Accionistas	NA	NA
Junta Directiva	15	8
Revelación de la Información Financiera y No Financiera	15	10
Evaluación	10	10

A partir de los compromisos asumidos por EPM en un contrato de crédito con el BID 1664/OC-CO, la empresa empieza a incorporar mejores prácticas de gobierno corporativo alineándose con los estándares internacionales.

Dada la naturaleza jurídica de la empresa, los esfuerzos en la estructura de gobierno se concentran en sus relaciones con el Municipio de Medellín dueño de la empresa.

De acuerdo con el Modelo de Evaluación que se está implementando por Transparencia por Colombia los contenidos relacionados con la Asamblea de Accionistas No Aplican (NA):

- ✓ EPM ha documentado el Código de Buen Gobierno (Decreto 204 de 2005) e incorpora contenidos mínimos que atienden los estándares internacionales relacionados con su Junta Directiva, la Revelación de Información Financiera y No Financiera, que se complementan con el Convenio Marco con el Municipio de Medellín, el Reglamento Interno de la Junta Directiva
- ✓ Ha elaborado para el 2007 una evaluación de gobierno corporativo que se difunde junto con el Informe Anual de Responsabilidad Social.
- ✓ La empresa difunde y comunica en su sitio web el código de gobierno corporativo junto con sus anexos. Incluyendo el Reglamento Interno de la Junta Directiva Anexo 7 del Código de Gobierno Corporativo -CGC-

RECOMENDACIONES:

- Los criterios de Selección y Evaluación de los miembros de Junta Directiva: EL CBG numeral 3.2.2 establece las siguientes características para ser miembro de la Junta Directiva i) gozar de buen nombre y reconocimiento, capacidad y voluntad de dedicación, iii) exentos de vínculos que le resten independencia a su juicio. La Evaluación aparece en el CBG 3.2.7 Capítulo 8 la evaluación será relacionada con independencia de los miembros, calidad de su actuación y

perfiles de sus miembros- Para la vigencia 2007 ese proceso de autoevaluación no se aplicó. Se sugiere a la empresa diseñar mecanismos de evaluación lo suficientemente rigurosos en beneficio de los intereses corporativos.

- Sobre los Comités Permanentes de Apoyo, el Anexo No 7 del CBG numeral 8 prevé la creación de comités provisionales o permanentes más no precisa cuales, excepto el Comité de Auditoría considerado obligatorio que según se difunde en la evaluación de gobierno corporativo está operando.
- En relación con los conflictos de interés, el CBG numeral 3.2.3 establece el régimen de inhabilidades e incompatibilidades de la ley 142 de 1994 art. 44 y art. 66. Ley 489/98 art 89 y art. 102. Se aplica a los miembros de JD el régimen previsto art.54 Ley 734 de 2002 Código Disciplinario Único. Código de Régimen Municipal (Decreto 1333 de 1986/Decreto 1967 de 1992)
- El CBG numeral 6.4 hace referencia al manejo de la información CONFIDENCIAL Circulares 865 de 11 de abril 1995 y 1147 de 5 de 2000 y la Circular 1145 de 2000 del Gerente General sobre manejo de información y el deber de confidencialidad, disposiciones que también deben ser consistentes con el resto de la normativa que la empresa ha dispuesto para atención a clientes, solicitudes de información.
- El CBG numeral 7.2.2 dice que la empresa ha designado un Representante Legal de Tenedores de Bonos para la defensa de los accionistas minoritarios. Esa protección a accionistas minoritarios se extiende a: a) divulgación de la propiedad accionaria, b) protecciones legales como que dispone mecanismos alternos al cuociente electoral para la elección de los miembros de las juntas directivas, la revelación de acuerdos entre accionistas, la incorporación de miembros independientes, la obligatoriedad del Comité de Auditoría y la certificación de la información pública por parte de los representantes legales y c) capacidad para hacer cumplir los contratos vía judicial,
- administrativa o arbitral.

# de controles voluntarios	calificación
más de 3	100
al menos 2	50
solo 1	25
ninguna	0

CONTROL: 100/100

PROMEDIO EVALUACION: 68/100

Mide la existencia de procedimientos, planes, métodos, normas, y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por la empresa, por disposición legal o por iniciativa propia de para asegurar el cumplimiento de objetivos y metas en la gestión empresarial

¿Cómo se mide? A través de los diferentes informes y documentos de la empresa se verifica que la empresa cuente con controles de ley y controles adicionales o voluntarios.

EPM junto con 5/10 empresas del grupo promotor de la medición, ha implementado controles adicionales que buscan asegurar el cumplimiento de su gestión.

- ✓ Calificación de Riesgo a nivel nacional se mantiene en AAA según la Sociedad Calificadora de Valores DUFF & PHELPS.
- ✓ Calificación de BB+ a la deuda en moneda extranjera de la empresa y BBB- a la deuda local según la Compañía Norteamericana FITCH RATINGS.
- ✓ Calificación de BRC Investor Services a la emisión de papeles comerciales de BRC1+

También se reconoce las distinciones que durante el 2007 recibió la empresa

- ✓ Premio CECORP 2007 en la Categoría de Responsabilidad Social
- ✓ Premio Andesco 2007 al Mejor desempeño Social.
- ✓ Adhesión a los Principios del Pacto Global.

La apertura y el dialogo que se crean con los distintos actores del mercado gracias a la transparencia, sin duda le permiten a la empresa generar confianza y contribuir a la equidad y el bienestar de la comunidad y todas aquellas políticas y prácticas que EPM siga implementando y son pilares fundamentales para la creación de valor. Estándares que deberán extender a todo el grupo empresarial y cuyo desempeño se insiste deberá medirse a través de Modelos de Medición como el propuesto por la Corporación Transparencia por Colombia.

CONFIDENCIAL