

CULTURA DE LA ÉTICA Y MARKETING SOCIAL: CAPITAL INTANGIBLE DE ESVAL Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD Y MEDIOAMBIENTE

Luis Manuel Cerdá Suárez (*Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile*)

Renzo Devoto Ratto (*Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile*)

Paulo Campillay López

Helen Phillips

Vania Roco Villalobos

Ricardo Tricallotis Araya

Resumen:

El servicio sanitario en su conjunto, como tal en la región de Valparaíso, administrado por Esva S.A., se caracteriza no solamente por la transversalidad de sus clientes, sino también por el importante rol que cumple en la salud pública y en el medio ambiente, mediante el saneamiento de las aguas servidas, el servicio de alcantarillado y la distribución de agua potable a la población. La existencia de una divergencia entre el plano de interés público, en contraposición con el interés privado de la empresa, invita al análisis del accionar ético que ha tenido Esva S.A. Para ello, se ha observado la estructura de apoyo que sostiene la empresa, sus canales de comunicación tanto para proveedores y clientes, y la integridad corporativa frente a escenarios; y la visión, misión y los principios que representa Esva, bajo la lupa de un código ético propio ha desarrollado la empresa. Bajo estos criterios, resulta esencial comprender el accionar tanto a nivel de marketing, campaña ambiental como con los programas sociales que ha desplegado en la región.

Abstract:

Esva, the water company that serves the region of Valparaíso is characterized not only for the mainstreaming of services for its clients, but also for the the important role it plays in public health and in the environment. This role is realized through the cleaning of wastewater and sewage and the distribution of drinking water. However, it is the divergence between the company's public and private interests that invite the analysis of Esva as an ethical company. In order to make this analysis, we will observe the support structure of the company, the communication channels for not only its providers but also for its clients, as well as the corporate integrity it maintains against challenges. The vision, mission, and principles that Esva represents are maintained under the scrutiny of their own code of ethics. And it is through the criteria of this code of ethics that one can analyze Esva's marketing, environmental campaign and other social programs that have been developed in the region.

1. Introducción

Esva, Empresa de obras Sanitarias de Valparaíso, es una empresa privada de agua potable que suministra a dos millones de personas en la Quinta Región de Chile. Actualmente, bajo la gestión de José Luis Murillo Collado, Esva está dedicada a la producción y distribución de agua potable, y la recolección, descontaminación y disposición de aguas servidas.

Para entender mejor Esva como empresa actual, es importante contextualizar los antecedentes de agua potable en la quinta región. La distribución de agua potable en Valparaíso ha experimentado una progresión, desde la primera cañería surtidora en 1850, a la fundación de la Empresa municipal de desagües de Valparaíso y Viña del Mar en 1953 y, eventualmente, a la creación de Esva (como empresa estatal) en 1977. El involucramiento del gobierno en la distribución de agua potable también ha cambiado, desde un rol de aportes fiscales a un rol subsidiario, normativo y fiscalizador. En 1989, Esva se constituyó como una sociedad anónima por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), y en 1998 se convirtió en la primera empresa sanitaria chilena en ser privatizada.

Esva S.A., desde el año 2009, en la región de Valparaíso, mantiene un nivel de cobertura de servicios sanitarios similar o aún superior a los países desarrollados: 99.3% de agua potable; 91.8% de alcantarillado; y 100% de descontaminación de aguas servidas recolectadas. Sin ir más lejos, para el año 1990 suministraba con agua potable al 95,5% de la población y mantenía una red de alcantarillado para el 81.0%, no contando con un plan de descontaminación de aguas servidas; quedando de manifiesto el mejoramiento continuo y sustancial del servicio que brinda Esva desde su creación (año 1989 como S.A.).

El área de concesión se define como «el área geográfica delimitada en extensión territorial y costa, donde existe obligatoriedad de servicio para las concesionarias de distribución de agua potable y de recolección de aguas servidas» (artículo 53 de la Ley General de Servicios Sanitarios). Esva presta servicios a todas las comunas de la región de Valparaíso, excepto de los pueblos de Panquehue, Olmué, Juan Fernández, Santo Domingo, e Isla de Pascua.

Actualmente, Esva S.A. no solamente destaca por su buen servicio y cobertura, sino también por el rol activo que ejerce en el ámbito social, medioambiental y de la salud pública; mediante programas tales como: “Programas al día con Esva”, que condona hasta un 50% de deuda morosos de escasos recursos; “Subsidio de agua potable”, un beneficio que es acordado entre el Estado; y Esva, “Campaña Agua sana, vida sana”, cuyo propósito es informar a la población los beneficios del agua, así como el cuidado de ella, presentes en consultorios, escuelas y eventos, incorporando talleres e informativos puerta a puerta”; “Comprometidos con la sequía de la región”, eslogan de publicidad que incentiva la autorregulación debido a la escasez hídrica, mostrando el compromiso de sustentabilidad ambiental. Además de adherirse a programas de gestión ambiental. La compañía se encuentra certificada bajo las normas internacionales: ISO 14001: 2004, ISO 9001:2008 y OHSAS 18001:2007.

Figura 1. Área de concesión de Esva



Fuente: sitio web de Esva: <http://www.esva.cl>

La buena gestión de Esvál viene sostenida por un riguroso plan de diagnóstico interno, así mismo como externo. Para ello, se implementa de manera autónoma un código ético, en el cual defienden sus principios, se establecen Recursos Humanos competentes para enfrentar situaciones contingentes, y se contempla también una estructura de apoyo; plataformas físicas y virtuales comunicacionales para dar soporte a denuncias y comentarios, cuyos casos son llegados a un Coordinador General de Ética y son expuestos frente a un Comité de ética; los resultados son enviados a un Comité Asesor de Ética; asegurando la probidad y transparencia en cada proceso que ejecuta Esvál.

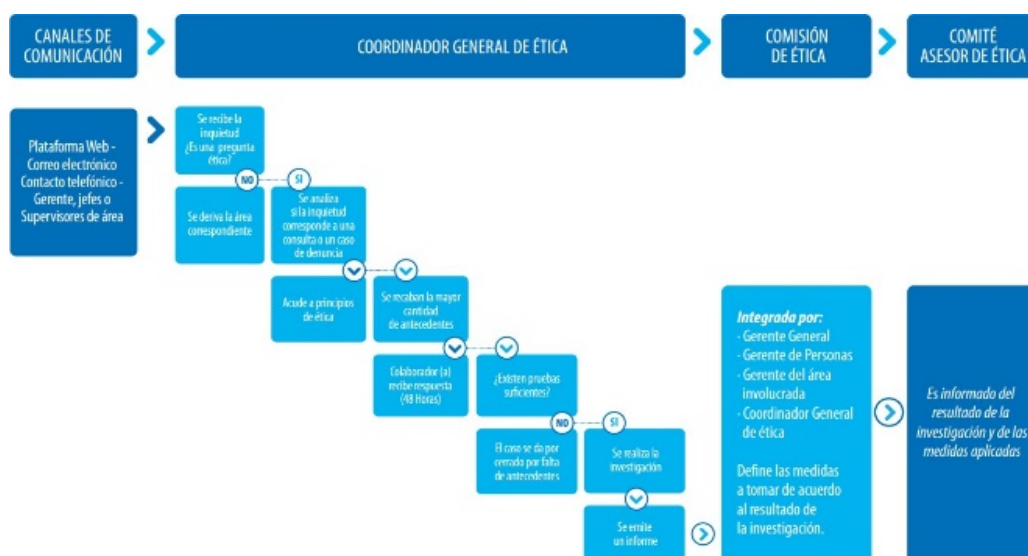
2. Desarrollo del caso

El crecimiento sostenido de la empresa, el buen nivel de cobertura de su servicio y la evidente presencia regional, ha dejado en manifiesto la capacidad organizativa de ESVAL para enfrentar las múltiples contingencias, no sólo en el aspecto de dar a basto en cuanto a infraestructura y redes, sino también a los desafíos comunitarios y ambientales que inherentemente la empresa debe sortear.

Por un lado, llevar un servicio que responda adecuadamente a las necesidades de cada cliente, esto es: red de distribución, sistema de aguas lluvias, un acertado registro de consumo (la implementación de medidor), mecanismos de comunicación con el público general (boletines informativos, comunicados, etc.), reparación y mantenimiento propio del sistema. Ello conforma el servicio elemental-el rol sanitario por excelencia-, del cual es base operacional y piedra angular en lo que respecta a la valoración de servicio-calidad que entrega ESVAL; sino que, por otra parte, cumplir una función que desarrollen directamente con las políticas ambientales, y de manera sucinta ejerzan una relación con la salud pública ciudadana.

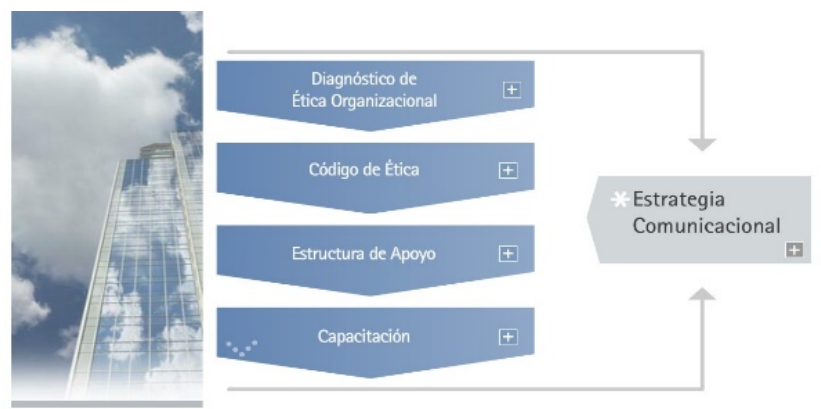
El rol estratégico y el impacto que causa dicho rubro, no sólo lo hace distinto a otras empresas que brindan servicios: su ejecución es imprescindible para la sociedad. Frente a esto, se plantea de manera necesaria el buen funcionamiento en toda su dimensión: ética, productiva y organizativa. ESVAL ha planteado de manera bastante clara sus principios y, de acuerdo a ellos, ha mantenido una cultura fuerte: “Misión: Mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al desarrollo regional, con un equipo comprometido y que promueve la excelencia en la gestión integral del agua. Visión: Ir más allá de las expectativas de nuestros clientes, generando valor en forma sostenible. Valores: Compromiso, eficiencia, transparencia y empatía”. Una vez fijados los márgenes en cuanto a su política interna, se debe procurar que dichos principios se cumplan; para ello, ESVAL cuenta con un conducto regular: “en caso de vernos enfrentados a situaciones que faltan a la integridad y transparencia, es nuestro deber acudir al superior correspondiente, siendo los gerentes, jefaturas y supervisores la primera fuente de orientación y el canal inicial más apropiado para que los trabajadores planteen sus dudas o inquietudes respecto al cumplimiento de Leyes, Código y Principios Éticos”. Queda, pues, de manifiesto que existe una estructura jerarquizada (Figura 1); recursos humanos capacitados para dicho proceso: inicialmente los reclamos se hacen llegar a un Coordinador General de Ética, quien filtra y selecciona los casos en donde incurra a una infracción al código ético de ESVAL. El caso es expuesto frente a un Comité de ética, y los resultados son enviados a un Comité Asesor de Ética; asegurando la probidad y transparencia en cada proceso que ejecuta Esvál; a grandes rasgos, cumplen un rol analítico y de control, y su funcionalidad involucra tanto a los planteamientos de clientes, proveedores y sus propios trabajadores. La estructura de apoyo se sustenta a través de canales virtuales y físicos: existe el portal ESVAL (vía web), correo electrónico, teléfono de contacto y sucursales de atención al cliente (Zarella, 2013).

Los canales ejecutan una labor de primera línea, donde el 24% de los clientes admiten haber ido a las oficinas de Esvál para presentar reclamos, consultas, solicitudes o para pactar deuda. Un 18% de los clientes aseguran haber llamado en los últimos 6 meses; de ellos, el 12% llamaron por una consulta, 15% por reclamos, 32% por consulta y 41% por emergencia. En cifras, corresponde a un importante número de clientes (de un total de 563.019 clientes al año 2013) que han ocupado los canales de comunicación que la empresa sanitaria ofrece. Nutriéndose de una red de información y comunicación, Esvál ejecuta procedimientos orientados a la solución de problemas; para ello, cuenta con la estratificación de contingencias: a nivel de usuario, de vía pública y de impacto ambiental. Este ítem último no constituye el rol primario de la empresa, pero se ha vuelto de suma importancia para el desarrollo sustentable que anhela la sanitaria, además de cumplir ciertos niveles mínimos (ISO 14001, ISO 9001 y OHSAS 18001).

Figura 2. Estructura de apoyo y conducto regular de una denuncia

Fuente: sitio web de ESVAL: <http://www.esval.cl>

El diagnóstico, análisis y ejecución frente a contingencias éticas, tiene una estructura definida como “integridad corporativa”, que consta no solo de puntualizar problemáticas y sopesarlas con el código ético empresarial, sino también planifica el fortalecimiento de los canales comunicativos internos y externos (proveedores y clientes) y la capacitación continua del personal (Aguer y Pérez, 2004; Cerdá, 2012; Chiavenato, 2002).

Figura 3. Esquema “Integridad corporativa”

Fuente: sitio web de ESVAL: <http://www.esval.cl>

Esta estructura:

- Promueve actitudes éticas que mejoran el clima laboral, la reputación e imagen de la empresa.
- Previene fraudes corporativos o dilemas éticos, que pueda interferir con el normal funcionamiento de Esval.
- Da soluciones entregando respuestas a preguntas de ética, detectando y reparando áreas de riesgo e investigando los casos más graves.

A nivel de usuario, Esval mantiene buena reputación en su calidad y prestación del servicio, superando la media nacional de calificación a sanitarias, llegando al tercer lugar a nivel nacional. (Figura 4).

Figura 4. Ponderación de atributos, asignadas a empresas sanitarias por sus clientes

Atributo	Nota promedio del sector		Nota obtenida por Esvál	
	2008	2009-2010	2008	2009-2010
Satisfacción global del servicio recibido	5,5	5,6	5,6	5,9
Evaluación del servicio de agua potable	5,3	5,3	5,3	5,6
Cortes programados de agua potable	4,4	5,5	4,3	5,8
Evaluación del servicio de alcantarillado	4,9	5,2	5,2	5,5
Atención telefónica	5,0	5,0	5,1	5,3
Atención en terreno	5,0	5,4	4,9	5,7
Trabajos en la vía pública	5,4	5,4	5,1	5,6
Atención en oficinas comerciales	5,3	5,4	5,5	5,8
Documento de cobro: boleta	5,8	6,0	5,9	6,1
Medidor y lectura del medidor	5,7	5,8	5,8	6,1
Pago de cuentas	5,9	6,0	6,2	6,2

Fuente: sitio web de ESVAL: <http://www.esval.cl>

A nivel ambiental, cuenta con diversos programas y proyectos, que mitiguen el impacto de Esvál al medio ambiente, el cuidado y limpieza de zonas hídricas importantes (ríos, esteros, humedales entre otros).

Figura 5. Inversiones ambientales Esvál 2010

Inversiones ambientales 2010	
Inversiones	Total proyecto M\$
Mejoras en alarmas en sistemas de cloración AP	29.182
Obras de mitigación por contaminación acústica	29.140
Contención de derrame de productos químicos	42.038
Mejoras en estanques de almacenamiento combustible	52.953
Mejoras en los sistemas cloración aguas servidas	47.973
Obras correctivas al Sistema Integrado de Gestión	59.026
Total	260.312

Fuente: Elaboración Gerencia Operaciones de Esvál.

Fuente: sitio web de ESVAL: <http://www.esval.cl>

Aparte del rol sanitario y ambiental, Esvál fomenta la participación ciudadana a través de programas sociales, que fortalece los lazos de confianza y vínculos permanente con los consumidores, ayudando sustancialmente a enfrentar de mejor manera situaciones de emergencia inherentes al servicio sanitario, entre los cuales se destacan:

a) *“Agua Sana, Vida Sana”*: Esta campaña contempla una serie de áreas de intervención, tales como educación, salud, puerta a puerta, diálogo y participación con la comunidad, así como intervenciones en situaciones de crisis, entre otras.

b) *Educación Sanitaria*: A través de una entretenida obra, llena de música y cantos, Las Gotitas (disfraz caracterizando al símbolo de la empresa, una gota de agua) enseñan a los niños buenas prácticas de higiene, los beneficios del consumo de agua, además de comprometerlos a cuidar el medio ambiente y su entorno. En 2012 se realizaron 527 actividades de este tipo.

c) *Al día con Esvál*: Fomenta en los clientes más vulnerables el hábito del pago mensual del servicio de agua potable y alcantarillado. Ofrece la renegociación de la deuda para clientes morosos, para clientes vulnerables se concede la condonación del 50% del monto.

d) *Talleres*: Herramienta para que los clientes controlen y regulen su consumo, de acuerdo a su presupuesto familiar. Estos talleres se llevan a cabo en las oficinas comerciales de Esvál o en las sedes vecinales de las organizaciones sociales de cada comuna.

e) *“Comprometidos con la sequía de tu región”*: Campaña informativa, divulgada en medios masivos (TV, radio, publicidad vial, folletos, entre otros), que establece una concientización de la población para bajar el consumo de agua y recomendaciones para tales efectos.

Una vez resguardando los intereses propios de ESVÁL, y a su vez de sus clientes, la empresa asegura a la comunidad un servicio integral, donde su activo principal sea acompañado de un valor agregado, esto es: el servicio de agua potable + compromiso con la comunidad + política ambiental (Koontz *et al.*, 2012; Pérez, 2002; Robbins y Coulter, 2010).

3. Preguntas/cuestiones para la discusión

Cuestión 1. *¿Por qué lo ético de ESVÁL se relaciona con el ámbito comunitario y ambiental?*

De acuerdo al contexto en el cual Esvál se desenvuelve, prima la importancia de un comportamiento regido bajo normas establecidas. Este mecanismo impide el abuso a los grupos de interés más vulnerables (en este caso los clientes). Necesariamente, el servicio sanitario sienta las bases para el desarrollo de la comunidad, ante cualquier evento en pos del interés comercial en detrimento del interés social contribuye negativamente en el desarrollo óptimo de la población general. Los clientes son sujetos a derechos, y es deber por convivencia social generar un comportamiento transparente en el proceso para no fustigar derechos esenciales, incluyendo el derecho a habitar en un ambiente saludable.

Puntualizando que el agua potable y alcantarillado son considerados servicios básicos, Esvál debe procurar no solo la transparencia de sus procedimientos sino la eficiencia de su organización para responder las continuas contingencias que abarca su clientela; es decir, contar con un esquema capaz de satisfacer las demandas incurridas a todo el espectro de la población. Dichas demandas abarcan no sólo el correcto funcionamiento del servicio principal en clientes particulares, sino que también incluye aspectos ambientales y de vía pública. El carácter ético es dar una respuesta donde estén presentes los principios y valores que la empresa engloba.

Cuestión 2. *¿En qué consiste la relación entre el rol sanitario y la salud pública?*

Una empresa sanitaria, por antonomasia, representa la respuesta a una problemática de la salud pública: controlar y erradicar enfermedades por medio de la descontaminación y el saneamiento del agua. El servicio de agua potable y de alcantarillado constituye una barrera higiénica; además, pertenece al sistema inicial de salud pública, apoyando en gran medida al servicio de salud mediante el tratamiento de aguas servidas, la desinfección del agua y la educación sanitaria bajando el riesgo de padecer enfermedades infecciosas –aparte de minimizar el impacto ambiental de los desechos que genera la población-. En un sentido más amplio, pertenece al sistema de salud donde es un elemento más que está interconectado a hospitales, consultorios, postas, etc. Esvál está íntimamente ligada a la salud pública: “Un estudio epidemiológico realizado por los doctores Jaime Chiang y Carlos Henríquez, concluyó que se produjo una caída en los índices de Hepatitis A, Tifus y Paratífus, como resultado de la operación del sistema de descontaminación del Gran Valparaíso, ubicado en el sector de Loma Larga. Además, el Estero Marga Marga, considerado el principal cuerpo de aguas urbano de Viña del Mar, restauró su hábitat lo que permitió el renacer de su flora y fauna (hasta 1996 recibió las aguas servidas de Villa Alemana, Quilpué y Viña del Mar)”.

Cuestión 3. *¿Cuál es la relevancia del marketing social en todo el proceso de Esvál?*

Analizando el enfoque que Esvál ha demostrado en su relación con la comunidad, los principios que guían cada proceso, la estructura interna centrada en el aspecto ético que beneficia a trabajadores, clientes y grupos de interés en general, revela un modelo en el cual se incentiva a la empresa misma a velar por los intereses públicos (la salud pública, el medio ambiente y el bienestar personal y social como fin último). La transparencia, el compromiso, y los fundamentos éticos que Esvál defiende son explicados como un activo intangible que son valorados por la sociedad y, cuya misión es generar lazos de confianza y vínculos permanentes con la población. De esta forma, la retroalimentación es posible, perfeccionando el servicio y generando un ciclo virtuoso. Considerando que el consumo de

agua y uso del servicio de alcantarillado por una parte inherentemente tiene un costo social negativo que es dañar el medio ambiente interviniendo ríos, napas y cuencas, y el consumo de un bien escaso (el agua dulce), es decir que reporta una demanda dañina en su definición; la empresa sanitaria cumple un rol educador mediante sus programas a la comunidad para resguardar la sustentabilidad del ciclo hidrológico regional, todo esto reporta a corto plazo un gasto efectivo, pero a largo plazo asegura la estabilidad ambiental y económica, puesto que a mayor consumo significa también mayor escasez y esto se traduce a un mayor costo de extracción del agua. El destinatario (cliente) siempre está en el proceso, desde la planificación, el control, la estrategia y las metas; es por esto que Esvál formula una estructura de apoyo interno, para salvaguardar el interés del consumidor como forma de mantener el espíritu de compromiso social con el que está imbuido.

4. Conclusiones

Esvál, como empresa sanitaria, no solamente provee los servicios de agua potable y de alcantarillado para la población de la región de Valparaíso, sino que también cumple un rol importante en la salud pública y en el medio ambiente de la región. Se puede ver que esta empresa, bajo su código ético, mantiene una integridad corporativa que sostiene y defiende Esvál como unas de las empresas más importantes tanto en percepción al cliente como en calidad de servicio. Es esa cultura ética que se transforma en capital intangible para la empresa: la confianza y la transparencia permite un avance en los canales de comunicación con la comunidad, y esto se traduce en un mejor conocimiento de los problemas para una mayor efectividad en las soluciones. El marketing social en Esvál nace por la concepción misma de la empresa -pensada para y por los clientes- donde la misión y visión de la empresa apunta a una relación central con sus clientes; su estrategia depende del bienestar del consumidor, y para tales efectos establece un mecanismo estructurado que facilita la reciprocidad con los clientes, la transparencia del proceso, la solución de conflictos éticos y/o de carácter sanitario, y la proactividad medioambiental; rigiéndose estrictamente bajo su código ético que preserva el espíritu social, tanto con sus trabajadores (de manera interna) como a la comunidad.

Bibliografía

- Aguer Hortal, M.; Pérez Gorostegui, E. (2004). *Administración y dirección de empresas*, Madrid: Fundación Ramón Areces.
- Cerdá, L. M. (2012): *Gestión empresarial de la demanda: un enfoque de procesos*. Madrid: Ecobook.
- Chiavenato, I. (2002), *Introducción a la teoría general de la administración, séptima edición*, México DF: Mc Graw- Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H., Canicce, M. (2012): *Administración, una perspectiva global y empresarial*, 14ª edición, México DF: Ed. McGraw Hill.
- Pérez Gorostegui, E. (2002): *Introducción a la Economía de la Empresa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Robbins, S., Coulter, M. (2010), *Administración, décima edición*. México DF: Pearson Educación.
- Zarella, D. (2013). *La ciencia del nuevo marketing, una guía práctica para conseguir el éxito utilizando el marketing social*. Madrid: Anaya.
- ESVAL (2014): *Código de Ética Esvál y Aguas del Valle: Actuando de acuerdo a Nuestra Filosofía*. Valparaíso: Ed. ESVAL.
- Gobierno de Chile. Sitio web del Gobierno de Chile: <http://www.siss.gob.cl/>. Accedido el 7/10/2015.
- ESVAL. Sitio web de ESVAL: <http://portal.esval.cl/conducta-etica/>. Accedido el 27/10/2015. <http://portal.esval.cl/wp-content/uploads/2014/12/Reporte-Integrado-2013.pdf>
- Seguridad Integral. Sitio web de Seguridad Integral: <https://secure.integridadcorporativa.cl/webs/page/42>. Accedido el 7/11/2015.

