

Nuevo modelo para la relación empresa eléctrica – comunidad en escenario de cambio social

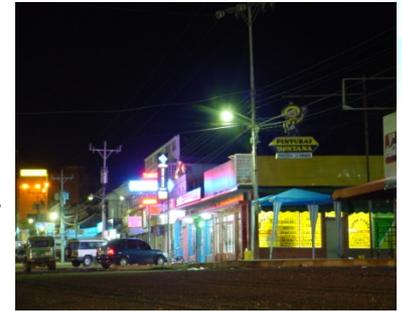


Soc. José Rojas O.
Asesor de la Corporación Enelven
Octubre 2005

“Las empresas a menudo alcanzan niveles extraordinarios de desempeño bajo condiciones extraordinarias. Su problema es tener un desempeño extraordinario en condiciones normales.”

Michael Hammer: Cambio profundo. Harvard Business Review. Abril 204

Electricidad: un modelo de vida un modelo de sociedad



- Rasgo definidor y patrimonio cultural de la sociedad contemporánea.
- Impulso y sustento de las actividades sociales, culturales, políticas y económicas, para...

- » las personas
- » la familia
- » la comunidad
- » organizaciones / instituciones

- Recurso estratégico para el desarrollo

Así definen la electricidad:

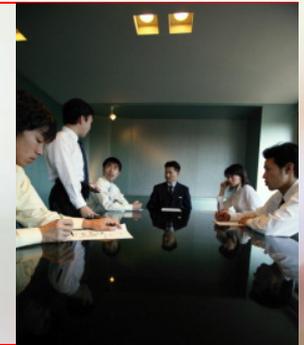
Cabeza de familia:

“Para mi familia, es todo: televisión, aire acondicionado... / guardar la comida sin que se eche a perder / tener agua fría / la música, la luz; la computadora de los muchachos”

Comerciante:

“Es poder arrancar mi negocio todos los días / sin electricidad no pueden operar las oficinas”

Fuente: CECOM. Percepciones en torno al Servicio Eléctrico. Maracaibo - Caracas y Machiques – La Villa. Marzo 2002



Un derecho ciudadano



- Servicio público → bienestar colectivo
- Un bien deseado, cuya posesión es irrenunciable:
 - Soporte para el pleno ejercicio de los derechos humanos y constitucionales.
 - Factor de nivelación social



↓
Calidad de vida



“Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, ... y a un trato equitativo y digno.”

(Art. 117, Cap. VII. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela)

Empresa - Servicio - Usuario

- Distancia / aproximación empresa-usuario en torno al concepto del servicio:

- **Empresa:** la perspectiva racional, técnica y legal. Racionalidad
- **Usuario:** el sentido de urgencia / de lo esencial y no racional. Emotividad

- **Prácticas comerciales anacrónicas o estrategias inadecuadas versus la cultura de uso irregular.**

- **Características las relaciones empresa-cliente:**

- » **Morosidad**
- » **Divergencias**
- » **Desconfianza**
- » **Confrontación**
- » **Conflicto**



“Las organizaciones establecen y desarrollan sus relaciones con el entorno a través de 4 espacios posibles, que se complementan para lograr su articulación social: **información, participación, concertación y represión**”.

Carlos Daponte (Brasil)

Relaciones sociales: condicionantes del cambio



Evaluación de la RRSS

Enelven: Estudio de las Relaciones Sociales de la Empresa. Maracaibo, febrero 2002



Prestación del servicio

- Revisión conceptual de la empresa eléctrica:
 - Unidad de negocio
 - Productora de un bien colectivo
 - Actor social → **Ciudadanía**
- Función de la empresa / Conducta ciudadana:
 - Servidor público eficiente
 - Escenario: realidad estructural de la pobreza
 - Cambio social:
 - » Necesario
 - » Ineludible
 - » Urgente
 - » Irreversible
- Principio de la supervivencia:
Adaptación

Cambio institucional



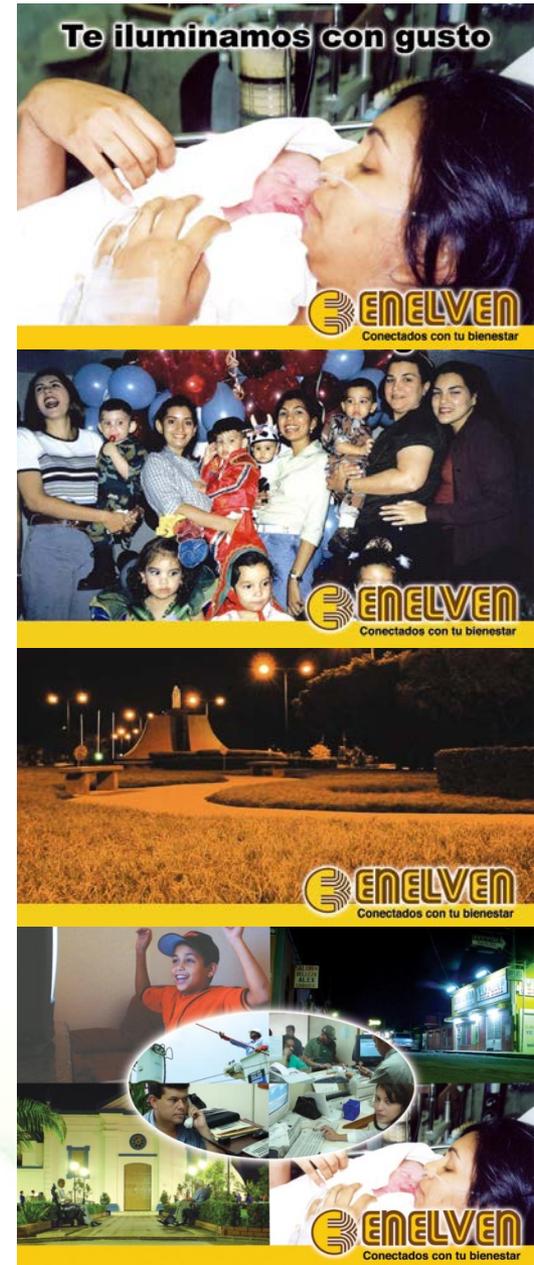
“Cuando se define la misión de una empresa, se piensa en cuál es su negocio; mas el verdadero negocio de la empresa está fuera de ella. Hay que enfocarse en su función social; el lo que hace para satisfacer las necesidades donde ella opera.” Peter Drucker

Cambio institucional de las RRSS

Enelven: Programa de reformulación de las relaciones con la comunidad. Machiques-La Villa, abril-noviembre 2002

- 1. Desarrollo de concepto institucional definidor de su rol en la sociedad:** aplicación del método *branding*.
 - **Concepto clave:** *Producción de bienestar*
- 2. Relaciones con la comunidad:** acción social responsable y progresiva
 - Participación
 - Concertación
- 3. Soporte:** Estrategia empresarial / de marca
 - **Mercadeo socialmente orientado:**
 - suministro eficiente de bienestar
 - fidelidad
 - **Comunicación vinculante:**
 - » Interactividad
 - » Expresión de afecto
 - **Concepto comunicacional:**
Conectados con tu bienestar


Bienestar para los zulianos



Lo actuado



- **Creación de Gerencia de Desarrollo Social**
 - Capacitación y equipamiento metodológico
 - Investigación diagnóstica
 - Actividades de gestión vecinal
 - Operación de proyectos piloto de Acción Social Progresiva
 - Constitución de Mesas de Energía
- **Desarrollo y promoción interna de cultura corporativa de Responsabilidad Social**
- **Alineamiento estratégico y funcional de Gerencias Comerciales y Centros de Trabajo**
- **Programa de Formación de Líderes para la Gestión Comercial y de las Relaciones con el Entorno, bajo principio de Responsabilidad Social:**

120 participantes

200 horas de estudio teórico-metodológico

640 horas de coaching itinerante en actividades de campo

El principio rector

Modelo Corporativo de Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social en la Corporación ENELVEN es el compromiso voluntario de compartir con las comunidades el estudio y solución de algunas de sus necesidades más urgentes, con el aporte de nuestras capacidades, iniciativas y recursos en proyectos de acción social autónomos y sustentables, de impacto positivo en la calidad de vida de la población, así como en su capacidad para valorar y retribuir el servicio que recibe de la empresa.

Responsabilidad Social compartida

La Empresa

- **Fundamento: Ciudadanía corporativa**
 - **Función primaria: Calidad de servicio**
 - **Función especial: Promoción del Cambio Social**
 - De la filantropía a la Acción Social Progresiva
 - **Mercadeo socialmente orientado: innovación operacional**

La Comunidad

- **Principio: Participación protagónica**
 - **Mesas de energía:** electrificación como proceso de consolidación comunitaria
 - **Gestión vecinal:** ejercicio de la cooperación y la solidaridad para solución de problemas
 - **Desarrollo local:** hacia el desarrollo endógeno

Modelo participativo de administración del servicio eléctrico



Impacto inicial

Enelven / Enelco: Diagnóstico en 10 comunidades consolidadas del Edo. Zulia. Planes piloto de RS.
Abril 2005

Evaluación de las empresas públicas

Empresa Base general: 912	Servicio mejor / peor		Confiable Más / menos		Rápida Más / menos		Trato mejor/peor		Costo mayor/menor		Querida más / menos	
	Enelven Base región occidental: 558	59	2	28	3	52	2	52	1	64	*	16
Enelco Base costa oriental: 354	36	5	21	8	9	5	23	8	62	*	13	5
IMAU (Aseo)	9	12	5	9	3	19	3	7	-	23	3	6
Hidrolago	6	32	3	17	2	2/	1	14	1	14	4	11
Alcaldía	3	2	1	1	*	2	1	1	-	*	1	1
Agua	2	7	2	7	2	7	2	2	*	16	5	-
Luz / electricidad s/e	2	1	2	1	2	1	1	*	6	-	*	1
Gas	2	4	2	4	1	3	*	2	-	5	1	1
Policía	1	2	1	2	*	2	1	4	*	-	1	1
Misiones	1	1	1	1	1	-	3	-	-	*	*	-
Barrio adentro	1	*	1	*	1	-	1	*	*	*	2	*
Transporte	1	1	1	1	1	-	1	*	*	-	*	-

El compromiso ineludible



Conclusión

En un proceso de cambio estructural / cambio revolucionario, todas las organizaciones e instituciones deben redefinir su rol, visualizando su utilidad y contribución a la construcción y sustentación de un nuevo modelo de sociedad.

El primer paso es orientar socialmente su modelo de gestión.

Gracias
por la deferencia de su atención

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. P.' or similar, positioned below the main text.