


el puente

de estudiar
a construir

#elpuenteROSARIO

 egcelpuente

 egc_argentina

www.egc-elpuente.org.ar



CÁMARA ARGENTINA
DE LA CONSTRUCCIÓN
DELEGACIÓN CIUDAD DE ROSARIO

ESCUELA
DE GESTIÓN
DE LA CONSTRUCCIÓN



UNR Universidad
Nacional de Rosario

UCSF
Universidad Católica
de Santa Fe

 Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Rosario

 UAI
Universidad Abierta
Interamericana



FAPyD Facultad de Arquitectura,
Planeamiento y Diseño.

 FCEIA
FACULTAD DE
CIENCIAS EXACTAS,
INGENIERÍA Y AGRIMENSURA

eipuente
de estudiar
a construir

LA EMPRESA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS PROFESIONALES

Eduardo Sánchez

El futuro no se hereda, se sueña y luego con pasión se construye



La Humanidad

El Homo Sapiens

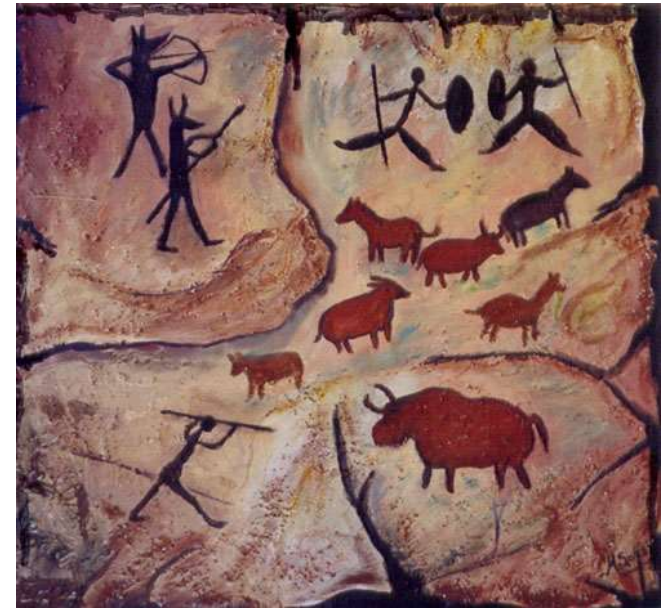
Podemos descubrir el tiempo en el seno de su consciencia. Hace su aparición lo imaginario, como una de las formas de percepción de la realidad. El mito entra a formar parte de una nueva visión del mundo. ambos se convierten al mismo tiempo en productores y co-productores del destino Humano.

- Cosmovisión
- Imaginario
- Ser Simbólico



La construcción de significación

“La consciencia, modo superior de las actividades organizadoras del espíritu, se vale de dos formas para instituir su concepción de lo real y su visión del mundo; una directa a partir del pensamiento lógico – racional, y otra indirecta a partir del pensamiento simbólico - mitológico.” Edgar Morin



El humano no sólo vive de racionalidad y de técnica; se desgasta, se entrega, se dedica a las danzas, trances, mitos, magias y ritos. Cree en las virtudes del sacrificio vive a menudo para preparar su otra vida más allá de la muerte. Segrega el mito y la magia, pero también la ciencia y la filosofía.

Los productos bio - culturales



- Mitos
- Ritos
- Tótems
- Héroes
- Tabúes



“... el relato comienza con la historia misma de la humanidad; no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos; ... el relato está allí, como la vida” Roland Barthes

La Empresa

■ No es sólo una organización económica de producción y venta, ella se comporta en realidad como una cultura tribal, con su propia identidad, sus mitos de fundación, sus símbolos y ritos propios, sus héroes y semidioses.

■ Ubicarse entre las cosas. Nos recuerda la misión de relacionar y de hacer convergentes y complementarias, realidades aparentemente antagónicas y evoca el hecho de ser un lugar de mediación y de resolución de conflictos.

■ Espacio privilegiado para realizar cambios, no sólo de adaptación rápida y correcta a las variaciones del entorno, sino para anticipar las tendencias evolutivas del mismo.



Su razón de Ser

■ La creación de valor.

VECTORES

- Cohesión y satisfacción social interna (la llave maestra de la innovación y la productividad)
- Una narrativa que les permita competitividad a partir de una propuesta de valor diferenciada a nivel global



Identidad e Imagen Corporativa

- Toda empresa, más allá de sus productos y servicios, es simultáneamente la narración de identidad de su comunidad. Quiénes son, qué hacen, a donde van... detrás de que sueños construyen realidad.



Ese discurso global, integra a las comunicaciones corporativas convencionales (publicidad, promoción, comunicaciones de marketing, relaciones públicas, etc.), los impactos sutiles de la identidad comunicando (acciones, eventos, vínculos, compromiso social, etc.).

Su Estrategia



Sistema Empresa

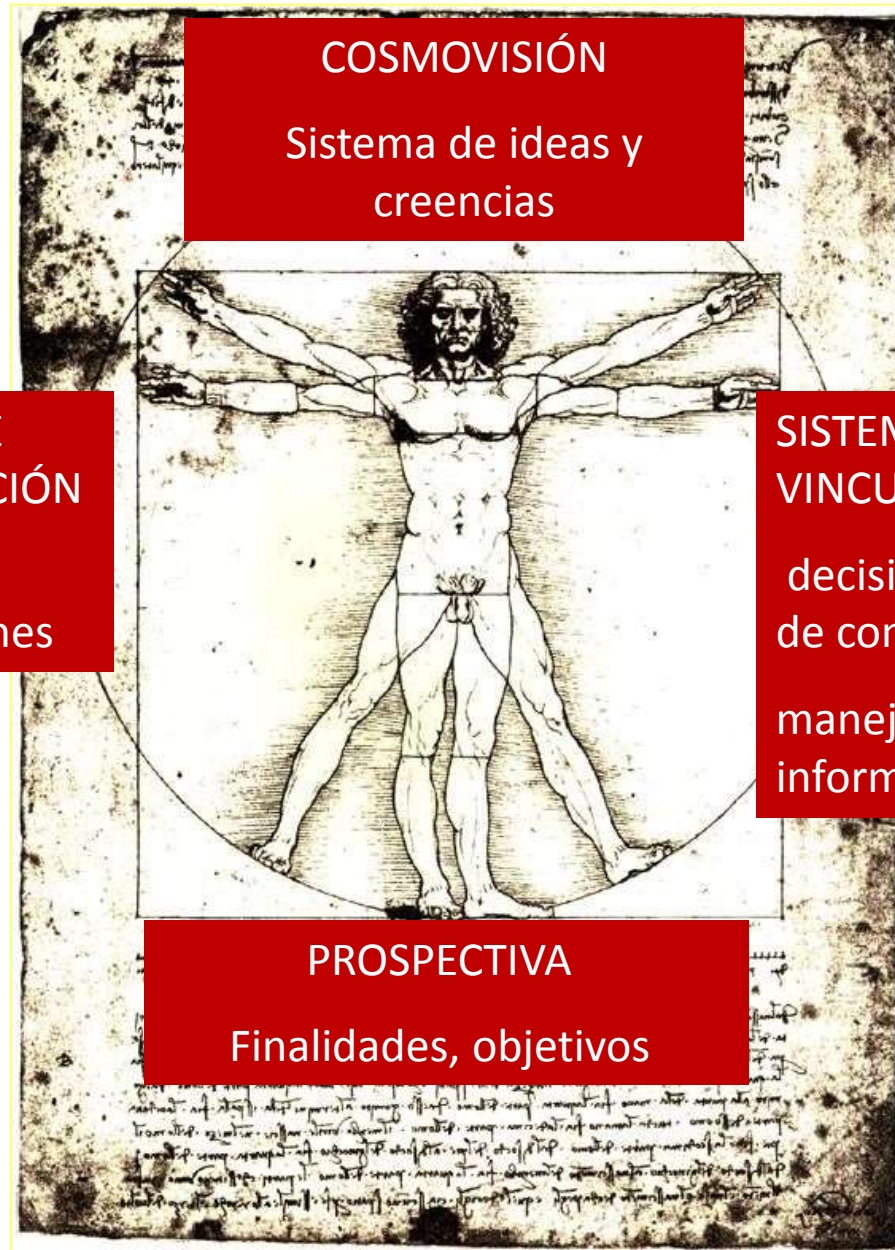
Su competitividad y sustentabilidad

Sistema: conjunto de partes o elementos organizados y relacionados que interactúan entre si para lograr un objetivo

Los sistemas vivos se auto producen, se autogeneran y se auto regulan de manera extraordinariamente compleja.

Abierto y Flexible, con Alineamiento y Autonomía simultánea

MENTALIDAD



COSMOVISIÓN

Sistema de ideas y creencias

SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN

Imagen y Comunicaciones

SISTEMAS VINCULARES

decisión y resolución de conflictos
manejo de la información

PROSPECTIVA

Finalidades, objetivos

Se entiende a la actitud de un individuo o grupo ante la percepción y relación con el entorno que lo rodea.

Determina las formas de pensar, sentir y actuar dominantes.

EDET S.A.

RSE - VIVIR LA MISIÓN

Un cambio en la mentalidad del *management*



EDET S.A.

Empresa responsable del Servicio de Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica en el ámbito de la Provincia de Tucumán - Argentina

Fuente de datos:

Memoria y Estados Contables

Correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2006. Auditado por Price Waterhouse & Co.

La empresa se debatía ante un indicador clave de su gestión corporativa, la pérdida de energía (el diferencial de lo que se compra y lo que se vende luego de la gestión de distribución).



En los barrios carenciados se multiplican los “colgados” un poco por dificultades económicas, operativas, funcionales y culturales. Allí resistían con velocidad y eficiencia los cortes que realizaba la empresa. Siempre se perdía en la batalla, no servían ni más vehículos, ni más personal para esa tarea. Para parte de la comunidad, la empresa se había transformado en la que corta la luz; paradojas de percepción de lo real, ya que su misión era darla.

Orientación al Cliente

En el transcurso del año 2006, se dio inicio al desarrollo del Programa de Gestión Cultural , destinado a consolidar el alineamiento con la misión, visión, valores y objetivos corporativos.

Un importante vector de la innovación, consiste en cuestionar el camino dominante, salir de la visión encasillada.

Atentos a la estrategia corporativa y el modelo de negocios en donde la misión es ser proveedor de soluciones para los clientes, se tomó la decisión de vivir la misión y en función de eso, se genera el proyecto “Cliente asistido”

La conquista de la Dignidad

La alquimia era transformar a la empresa y a su gente, de victimario a Héroe. Fuimos bien recibidos en la comunidad, optimizamos normas de seguridad, comprometimos al sindicato, logrando finalmente indicadores duros que no dejan lugar a dudas sobre los objetivos alcanzados.



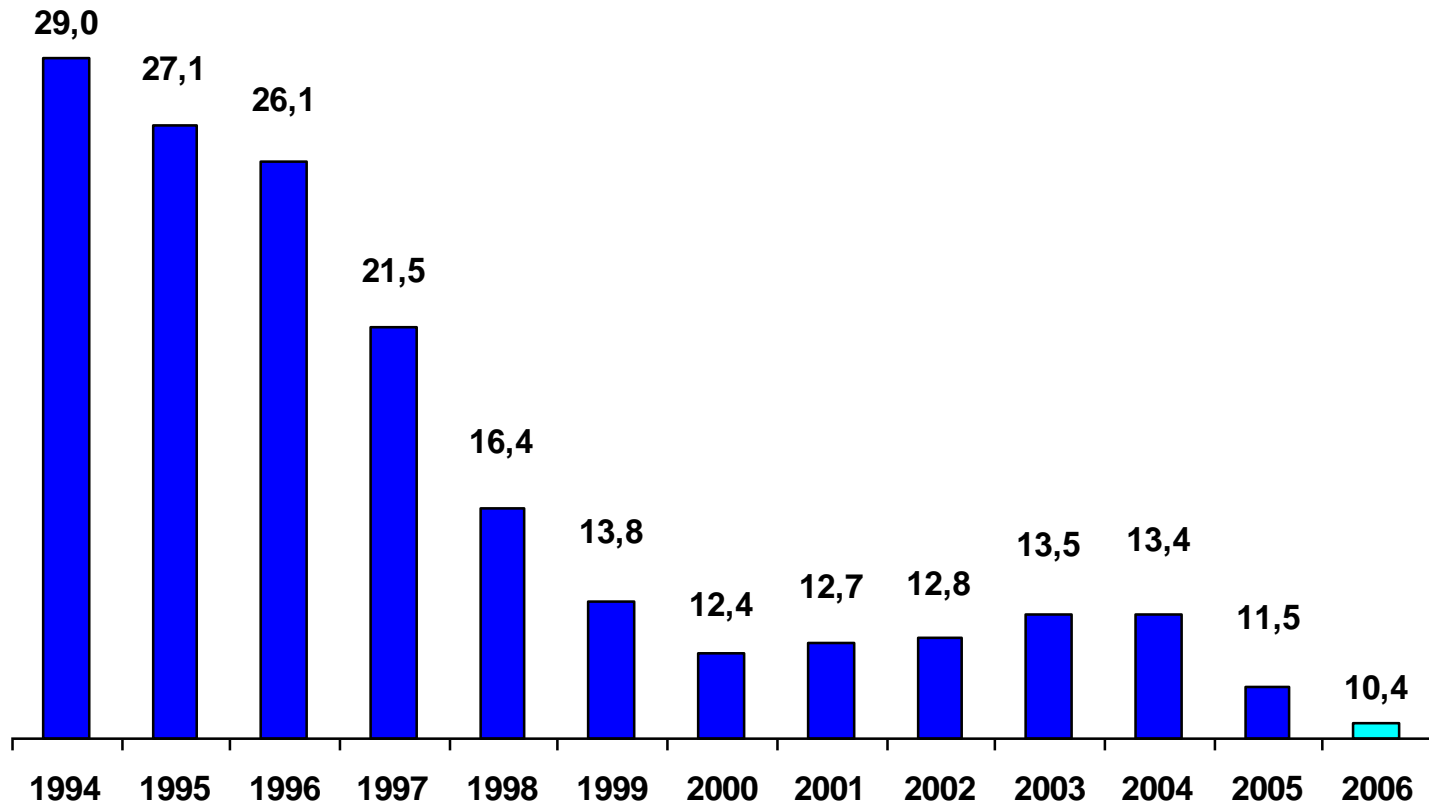
“Campañas de Prevención de Riesgos” que se desarrollan en establecimientos educativos públicos y privados de toda la provincia, centros asistenciales municipales y provinciales, centros de jubilados, clubes de abuelos y centros comunitarios en los que se realizan talleres interactivos orientados a transmitir mensajes de prevención de accidentes eléctricos. La metodología aplicada se adapta al público al que se destina el mensaje, se desarrollaron técnicas de comunicación que incluyen obras teatrales con títeres. El alcance a la fecha, desde el inicio de las actividades, es de: 61.000 participantes.

Objetivos alcanzados

- El proyecto “Clientes Asistidos”, desde su inicio a diciembre de 2006, permitió la **reinserción** en el sistema de **19.358 clientes**.
- El **sistema de facturación In Situ**, permite efectuar la lectura del medidor y en el mismo momento entregar la factura. Su cobertura llegó, en el año 2006, al **50 %** del total de clientes de EDET S.A.
- En relación a la cobranza, una sólida campaña de acercamiento a las comunas rurales, se ha plasmado en acuerdos de prorratio de sus servicios, observándose una **reducción de las cuentas a cobrar en un 93%**, respecto a diciembre de 2005 para este tipo de clientes.

Control de Energía

Durante el ejercicio se realizaron importantes tareas tendientes al control de la pérdida de energía, obteniendo un indicador móvil de los últimos 12 meses de 10,43% al cierre del período.



El futuro no se hereda, se sueña y luego con
pasión se construye

Gracias por la atención!

Eduardo D. Sánchez

el puente

de estudiar
a construir

#elpuenteROSARIO

f egcelpuente

t egc_argentina

www.egc-elpuente.org.ar



CÁMARA ARGENTINA
DE LA CONSTRUCCIÓN
DELEGACIÓN CIUDAD DE ROSARIO

ESCUELA
DE GESTIÓN
DE LA CONSTRUCCIÓN



UNR Universidad
Nacional de Rosario

UCSF
Universidad Católica
de Santa Fe

Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Rosario

UAI
Universidad Abierta
Interamericana



FAPyD Facultad de Arquitectura,
Planeamiento y Diseño.

FCEIA
FACULTAD DE
CIENCIAS EXACTAS,
INGENIERÍA Y AGRICULTURA