

Dunia Maritza Yaguache Maza¹

Judith María Morales Espinoza²

Dina Yolanda Morales Espinoza³

EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A. Y SU PERSPECTIVA FINANCIERA

EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR S.A. AND ITS FINANCIAL OUTLOOK

RESUMEN

El estudio se centra en analizar desde la perspectiva financiera las estructuras y resultados presentados en los estados financieros de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A, con ello conocer como es el desempeño, respecto de la administración de los recursos y de esa manera identificar la eficiencia, ahorro, costo y margen con la que se administra a la empresa y proponer posibles soluciones para mejorar los procesos y actividades generadoras de valor en sus diferentes partes constitutivas que fortalezcan las fuentes de ventaja competitiva. La fuente de información principal de la que se obtuvo la información fue la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A quien proporcionó los estados financieros desde 2010 al 2014, y la fuente secundaria es la bibliográfica y otros materiales necesarios que permitieron presentar el fundamento sistemático del tema, con los que se procedió analizar, integrar y los resultados, la discusión y conclusiones. Del estudio realizado se concluye que los costos del proceso y actividades generadoras de valor, gastos de generación, comercialización, venta, distribución y administración de la EERSSA son superiores a los ingresos obtenidos por la prestación del servicio y se generaron pérdidas continuas.

Palabras clave: Empresa, Eficiencia, Costos, Valor, Margen

ABSTRACT

The study focuses on analyzing from the financial perspective the structures and results presented in the financial statements of the Empresa Eléctrica Regional del Sur SA, thereby knowing how is the performance, with respect to the administration of resources and thus identifying the efficiency, savings, cost and margin with which it is administered to the company and propose possible solutions to improve the processes and activities that generate value in its different constituent parts that strengthen the sources of competitive advantage. The main source of information from which the information was obtained was Empresa Eléctrica Regional del Sur SA who provided the financial statements from 2010 to 2014, and the secondary source is the bibliographic and other necessary materials that allowed to present the systematic basis of the topic, with which we proceeded to analyze, integrate and the results, the discussion and conclusions. From the study carried out, it is concluded that the costs of the process and value generating activities, generation, marketing, sale, distribution and administration expenses of the EERSSA are higher than the income obtained from the provision of the service and losses were generated in the five periods.

Keywords: Company, Efficiency, Costs, Value, Margin

1. Docente investigadora UNL-Loja, dunia.yaguache@unl.edu.ec

2. Docente investigadora UNL

3. Docente investigadora UIDE-Loja

1. INTRODUCCIÓN

La situación financiera que atraviesan las empresas de generación, transmisión y distribución de electricidad, han ocasionado que las mismas sean menos competitivas y su desarrollo poco sostenible. Las pérdidas de las empresas del sector eléctrico son de magnitudes importantes, por ello requieren implementar alternativas que disminuyan sus pérdidas y garanticen adicionalmente su sustentabilidad financiera. La tendencia a la privatización ha descuidado la implantación de estrategias de inversión e innovación del sector.

La gestión financiera en el ámbito del control de los costos y la toma de decisiones es importante en el momento de considerar las actividades que añaden valor al producto y si por el contrario no afecta a la producción requiere que se tomen decisiones encaminadas a alcanzar la sostenibilidad y competitividad de la empresa.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Mediante un ensayo descriptivo, utilizando metodología documental en este artículo se pretende describir de manera sucinta la evolución de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A; para ello se utilizó textos que interesaron para la recopilación de aspectos teóricos o antecedentes de tipo técnico; teórico; de investigación descriptiva; e investigación explicativa.

El método utilizado es el científico, dado que el estudio se basó en procedimientos lógicos y tomó datos objetivos para el análisis de la información de la presente investigación, permitiendo ello llegar a conclusiones con la posibilidad de dar sugerencias desde la perspectiva financiera semántica de satisfacción a lo interno y externo de la empresa.

La generación de energía eléctrica como un servicio público en Suramérica

Jaramillo & Chamba (2008), la generación de energía eléctrica en Suramérica con fines de establecer un servicio público, se inicia a finales del siglo XIX. Las primeras experiencias con energía eléctrica tuvieron un carácter demostrativo y temporal, comenzando en Chile en 1882, con la creación de la primera compa-

ña de iluminación en el país. 1883 tres máquinas a vapor accionaban siete generadores para alimentar las luces en el centro comercial alrededor de la Plaza de Armas, la plaza principal de Santiago.

La primera iniciativa permanente fue posible gracias a una concesión municipal en Lima. El 15 de mayo de 1886 se inauguró el primer sistema de alumbrado público eléctrico de la ciudad, potenciado por una planta de vapor de 500 HP. En 1895 se constituyó la Empresa Transmisora de Fuerza Eléctrica, que más tarde se convertiría en la Empresa Eléctrica Santa Rosa. Para 1899 se había formado la Sociedad de Alumbrado Eléctrico y Fuerza Motriz [1]. La información existente sugiere que la segunda red de servicio eléctrico público surgió en la ciudad de 9 de Julio, provincia de Buenos Aires, en Argentina, situando la actividad formal de ésta iniciativa en el período 1892-1929 [2]. En los comienzos de los 1890s, la generación de energía eléctrica en Chile llegó a ser estable y permanente, principalmente por su uso en el transporte urbano. En enero de 1893 se presentó una petición al gobierno, apoyada por estudios de ingeniería, para establecer un tranvía eléctrico en la ciudad de Santiago. En 1897 se creó en Santiago la primera empresa de tranvías y luz.

Los recursos energéticos de que dispone la industria para sus procesos de manufactura tienen cada vez una mayor relevancia por su alto impacto en los costos operativos, y por consecuencia en su competitividad. En la grande y mediana empresa, es generalizado que el costo de energéticos constituya el segundo o tercer rubro en el costo total de manufactura, después de la materia prima principal. Esta condición, por sí sola, exige que, en este tipo de empresas, los planes estratégicos involucren programas y proyectos enfocados a la reducción del impacto de costos energéticos en la operación. Dentro de esta postura, los proyectos de cogeneración de energía (nombre técnico que se le da a los procesos que abastecen de energía a sus propias empresas) constituyen un elemento de vital importancia. (Carlos Andrés Núñez Viverosa, 2013)

La generación de energía eléctrica como un servicio público en Loja.

El 3 de abril de 1897, se da la creación de la primera Sociedad de Luz Eléctrica en el país, con asenta-

miento en la ciudad de Loja, dicha sociedad estuvo conformada inicialmente por 24 socios, de los cuales 21 fueron accionistas mayores y los 3 restantes, accionistas menores, según escritura pública de conformación, veinte socios vecinos de Loja constituyeron la Sociedad Sur Eléctrica (SSE) con una capital inicial de dieciséis mil sucres.

El objetivo de la Sociedad fue la de generar electricidad para uso residencial y de fuerza motriz. Una vez instalada la central hidroeléctrica, su inauguración oficial se llevó a efecto el uno de abril de 1899.

La Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. tuvo como antecedente la conformación de algunas compañías o sociedades anónimas que con el transcurrir del tiempo fueron cambiando su denominación. Se inició en calidad de compañía el 10 de mayo de 1950, en una Notaría de la ciudad de Quito, elevándose a escritura pública la minuta de constitución de la “Empresa Eléctrica Zamora S.A.”, siendo Accionistas: la Ilustre Municipalidad de Loja, con un 60% del Capital Social, y la Corporación de Fomento, con el 40%. (EERSSA, 2012 - 2014).

Como accionistas fundadores de la SSE constan: Manuel Alejandro Carrión, Ricardo Valdivieso, Sergio Fernando Riofrio, Elías Riofrio, Alberto Rhor (natural de Francia), Ramón Eguiguren, Ernesto Witt (natural de Alemania), Francisco Arias, Manuel Aguirre Jaramillo, Berris Hermanos, José María Burneo, José Miguel Burneo, Guillermo Valdivieso, Vicente Burneo, Darío Benavides, Manuel Cueva, Ramón Moreno Santón. Como primer gerente de la SSE consta Ramón Eguiguren, mientras que como “ingeniero de la sociedad” actúa Alberto Rhor. (EERSSA, 2015).

Posteriormente, por decisión de los señores accionistas, mediante escritura pública del 29 de noviembre de 1964, se aumenta el capital y se resuelve cambiar la denominación social de la “Empresa Eléctrica Zamora S.A” por “Empresa Eléctrica Loja S.A, con participación de los siguientes accionista, Instituto ecuatoriano de Electrificación (INECEL), Ilustre Municipalidad de Loja, Junta de defensa de los derechos de Catamayo, Junta de Recuperación Económica de Loja y Zamora Chinchipe e Ilustre Municipalidad de Macará. Finalmente, el 19 de marzo de 1973, existe

un cambio de denominación social a través de escritura pública de esta fecha en la que pasa de empresa eléctrica Loja S.A” a “Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A” con la participación de los siguientes accionistas: Instituto Ecuatoriano de Electrificación (INECEL). Ilustre Municipal de Loja, Honorable Consejo provincial de Loja, Ilustre Municipalidad de Macará, Ilustre Municipalidad de Célica, Ilustre Municipalidad de Gonzanamá, Ilustre Municipalidad de Calvas, Ilustre Municipalidad de Puyango, Ilustre Municipalidad de Saraguro, Ilustre Municipalidad de Paltas, Ilustre Municipalidad de Zamora y otros accionistas minoritarios. (EERSSA, 2012 - 2014)

En 1929 unas nuevas instalaciones fueron instaladas en la parte norte de la ciudad de Loja en la cuenca del Rio Zamora, a la altura del actual Centro de Rehabilitación Social. El 10 de mayo de 1950 se constituyó la Empresa Eléctrica Zamora S.A. y esta empresa el 19 de marzo de 1973 dio paso a la que hoy conocemos como EERSSA. (Esparza)

Actualidad

La Junta General Extraordinaria de Accionistas de septiembre 12 de 2014, después de CXVI años de Institucionalidad, se nombra por primera vez a una dama la Ingeniera Alicia Jaramillo Febres, Presidenta Ejecutiva de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. Por un tiempo estatutario de dos años, de acuerdo a los Estatutos de la Compañía, elevado a escritura pública en agosto 22 de 2001 ante el Notario Cuarto del cantón Loja e inscrito en el Registro Mercantil del cantón Loja del 15 de octubre del 2001, bajo la partida 492, ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.

Área de Concesión

El área de concesión de la EERSSA cubre una superficie de 22.721 km² y está compuesta por dieciséis (16) cantones en la provincia de Loja, nueve (9) cantones en la provincia de Zamora Chinchipe y un (1) cantón en la provincia de Morona Santiago. Se registran 191.445 clientes a enero de 2016, de los cuales 143.801 (86%) son residenciales, estimándose un nivel de cobertura del servicio eléctrico en el área de concesión: Provincia de Loja 99.37 %, Zamora Chin-

chipe 98.88% y Morona Santiago 90.95% (EERSSA, 2012 - 2014).

Tabla 1

Distribución de accionistas de la EERSSA

ACCIONISTAS	%
Ministerio de Electricidad y Energía Renovable	77.14
Consejo Provincial de Loja	8.50
Consejo Provincial de Zamora Chinchipe	2.15
Consejo provincial de Morona Santiago	0.07
Municipio de Calvas	0.89
Municipio de Catamayo	0.28
Municipio de Cécica	0.51
Municipio de Centinela del Cóndor	0.06
Municipio de Chaguarpamba	0.24
Municipio de Espíndola	0.75
Municipio de Gonzanamá	0.57
Municipio de Gualaquiza	0.28
Municipio de Loja	1.71
Municipio de Macará	0.36
Municipio de Nangaritza	0.22
Municipio de Palanda	0.01
Municipio de Paltas	1.27
Municipio de Puyango	0.48
Municipio de Quilanga	0.47
Municipio de Saraguro	1.45
Municipio de Sozoranga	0.38
Municipio de Yacuambi	0.21
Municipio de Yanzatza	0.47
Municipio de Zamora	1.06
Municipio de Zapotillo	0.46
TOTAL	100.00

Fuente: Plan estratégico EERSSA 2012-2017

3. REFERENTE TEÓRICO

Aspectos de las estructuras económicos

Medidas Financieras del éxito empresarial.

La estrategia de la empresa pretende conseguir y mantener una situación favorable en el mercado, estable-

ciendo: las actividades en que participar, las ventajas competitivas a impulsar, la obtención y organización de los recursos precisos y la cuantificación de los objetivos que se prevén alcanzar. Una estrategia de éxito debe potenciar esa posición y, en consecuencia, generar un rendimiento por encima del normal. Po ello, el éxito de la estrategia se mide, en un enfoque financiero, por la rentabilidad a que dé lugar, en periodos temporales amplios. (Peña, 2007)

Responsabilidades de la gestión financiera

La gestión financiera tiene como objetivo apoyar el crecimiento rentable de la empresa, en el marco de su estrategia, manteniendo limitado su riesgo financiero, preservando su liquidez y emitiendo información relevante para la toma de decisiones. Para ello, entre las principales actuaciones son:

- Prever y captar la financiación requerida para desarrollar las operaciones, en importe, plazo y costo.
- Aplicar procedimientos de control interno para proteger el patrimonio de la empresa. Estos procedimientos implican medidas tales como: segregar funciones, establecer límites de autorización, limitar el acceso a activos y documentación, supervisar contratos importantes, etc.
- Cumplir la legislación referida a su área de actuación. (Peña, 2007)

El papel de la gestión financiera

El papel de factores tales como la competencia creciente, la variación en el precio de los bienes y servicios, la explosión tecnológica, la preocupación nacional, los problemas del medio ambiente, la sociedad, las relaciones gubernamentales y las operaciones internacionales, ligan a la gestión financiera con los aspectos de la dirección general, y a su vez, estos factores han exigido a las empresas un grado de flexibilidad. A medida que los fondos se asignan equivocadamente, el crecimiento de la economía será lento y en una época de escasez y de necesidades económicas insatisfechas, van en detrimento de toda la sociedad. (Padilla, 2013)

La información financiera y la gerencia estratégica.

La gerencia estratégica aporta información empresa-

rial útil para promover la ventaja competitiva en las empresas, procurando que las mismas sean capaces de obtener una tasa de rendimiento mayor a su costo, generando así valor para los accionistas. Estrategia es la acción de marcha que se sigue para poseer niveles de recursos ajenos a quien la emprende, es un plan a largo plazo, resultado de una decisión ejecutiva cuyo objeto consiste en desarrollar total o parcialmente los recursos humanos o materiales de la empresa para desarrollarla o lograr su crecimiento total o parcial a través de:

- Una ampliación y consolidación de su situación financiera.
- Una ampliación de su mercado potencial
- Una ampliación de sus actuales líneas de crecimiento. (Padilla, 2013)

Reducción de los costos de los errores

En algún punto del trayecto hacia la excelencia en la calidad, será necesario comenzar a medir e informar sobre los costos de la calidad (CC). Estos son los costos en los que incurre una empresa en sus operaciones diarias para alcanzar los niveles de calidad que se han establecido. Cuantificar todas las variables del proceso de fabricación del producto y/o entrega del servicio y observar los resultados en blanco y negro puede ayudar a la empresa a planificar mejoras futuras y costos globales más bajos. (Band, 1994)

Los costos de calidad pueden agruparse en las siguientes cuatro categorías:

- Prevención
- Evaluación
- Fallos internos
- Fallos externos

Resulta de mucha importancia para las empresas trabajar bajo la filosofía del control total de la calidad, la cual se sustenta en los conceptos o fundamentos de los principales expertos en ella como Demming, Juran y Crosby, y estos son:

- Calidad dirigida por el cliente. Este punto se refiere a que la perspectiva del cliente debe ser tomada en cuenta en el momento en el que se fijan los

estándares de calidad aceptables, esto se consigue mediante estudios de mercado detectando cuáles son las necesidades y preferencias del cliente para después pedirle que compare los productos de la compañía con los de la competencia. El resultado de esto es un mejor entendimiento de los requerimientos del cliente, por lo cual se identifica qué es lo que se debe mejorar, para satisfacer sus necesidades.

- Orientación hacia la prevención. El objetivo que se persigue es promover el deseo constante de prevenir en lugar de corregir, es decir, planear antes de ejecutar un trabajo para evitar procesos innecesarios.
- Calidad desde el inicio. Significa que cada empleado tiene el deseo de hacer un trabajo correcto a la primera, desde el inicio, debe comenzar en la alta administración.
- Mejora continua. Ésta es una filosofía que tiene por objeto mejorar los productos, los procesos, la maquinaria y los métodos de trabajo mediante un ciclo que nunca termina.

Costos por fallas internas. Son los que podrían ser evitados si no existieran defectos en el producto antes de ser entregado al cliente, ya que éstos se presentan porque los productos y servicios no cumplen con las especificaciones y necesidades del cliente. Entre estos costos destacan:

- Costos de reproceso: se generan por corregir defectos de los productos.
- Costos de desechos: son los que involucran pérdidas de materiales, mano de obra y algunos costos indirectos variables que no pueden ser corregidos por defectuosos ni utilizados para ningún propósito.
- Costos por tiempo ocioso: son los derivados de tener maquinaria o instalaciones paradas por defectos.

También:

- Trabajos de reelaboración.
- Desechos o desperdicios.
- Ofrece ventajas competitivas.
- Disminuye el número de unidades defectuosas.
- Disminuye los costos totales de calidad.
- Doble ensayo.

- Tiempo de paro.
- Pérdidas de rendimiento.
- Gastos de disposición.
- Cambios de diseño.

Costos por fallas externas. Éstos podrían ser evitados si los productos o servicios prestados no tuvieran defectos. La diferencia con las internas estriba en que estos costos surgen cuando los defectos se detectan después de que el producto ha sido entregado al cliente.

Por ejemplo:

- Costos por productos devueltos: son los asociados con la recepción y sustitución de productos defectuosos devueltos por el cliente.
- Costos por reclamaciones: son atribuibles por atender a los clientes que se quejan justificadamente por un producto defectuoso o servicio no ofrecido correctamente.
- Costos de garantía: costos incurridos por el servicio prestado a los clientes de acuerdo con los contratos de garantía.
- Costos por rebaja: se generan cuando el cliente acepta quedarse con algún producto que tiene defecto o falla y en lugar de devolverlo acepta que se le haga una rebaja en el precio original. También:
- Atención de reclamaciones.
- Gastos de garantía.
- Concesiones.
- Bonificaciones.
- Reparaciones.
- Ventas/pérdidas.
- Devoluciones/tolerancia.
- Descuentos concedidos por defectos. Costos de prevención. Se incurre en ellos antes de empezar el proceso con el fin de minimizar los costos por productos defectuosos.

Entre éstos están:

- Costos de planeación de calidad: incluye aquellos relacionados con el diseño, preparación de manuales y procedimientos necesarios para implantar todo un sistema de calidad total.
- Costos de capacitación: comprende los relacionados con los programas de capacitación para lograr que se trabaje con una cultura de calidad.

- Costos de revisión de nuevos productos: incluye los referentes al diseño, preparación de propuestas inéditas para nuevos productos y programas de ensayo o simulación para conseguir productos originales.
- Costos de obtención y análisis de datos de calidad: considera aquellos en los que se incurre para mantener un programa que permita obtener datos sobre calidad y monitorear los niveles de mejoramiento alcanzados, con el fin de tomar oportunamente las acciones correctivas.

También:

- Planificación de la calidad.
- Revisión de nuevos productos.
- Adiestramiento en programas de capacitación.
- Control de proceso.
- Evaluación de proveedores.
- Auditorías de calidad.
- Círculos de calidad.
- Ingeniería de calidad.
- Capacitación de calidad.
- Reclutamiento.

Costos de evaluación. Son aquellos en los que se incurre para determinar si los productos o servicios cumplen con los requerimientos y especificaciones. Por ejemplo:

- Costos de proveedores: son en los que se incurre para probar la calidad de los materiales que se reciben.
- Costos de inspección: son en los que se incurre para controlar la conformidad del producto a través de todo el proceso en la fábrica, incluida la revisión final, así como el empaque y el envío del producto.

También:

- Verificación de la recepción.
- Inspección y prueba.
- Mantenimiento de la precisión del equipo de prueba.
- Evaluación de existencias.
- Materiales y servicios consumidos.
- Inspección de materia prima.
- Inspección de empaques.

- Aceptación de producto.
- Aceptación de proceso.

Estrategia para reducir costos de calidad

- Enfrentar de manera directa los costos por falla en un intento por reducirlos a cero.
- Invertir en las actividades correctas de prevención para lograr la mejora.
- Reducir los costos de evaluación, según los resultados alcanzados.
- Evaluar en forma continua y redirigir los costos de prevención para acrecentar la mejora. Esta estrategia se basa en las premisas de que:
- Para cada falla hay una causa de origen.
- Las cosas son evitables.
- La prevención es siempre más barata. Las actividades de evaluación, falla y sus costos no asociados no agregan valor y deben eliminarse. Las actividades de prevención llevadas a cabo de manera eficiente se pueden considerar dentro de las que agregan valor y deben conservarse.

Perspectiva financiera.

(Scaramussa, Reisdorfer, & Ribeiro, 2010) A la información, hay muchas maneras de conceptualizarla, dependiendo del ángulo de observación y del campo de conocimiento en que se busca tal concepto. Desde el punto de vista más específico de sistema de información, se examina el concepto a partir del entendimiento de la información como resultado del tratamiento de datos. Así, es posible entender el dato como un elemento de la información, que, tomado aisladamente, no transmite ningún conocimiento, o sea, no contiene un significado intrínseco.

El sistema de información es una combinación de personas, facilidades, tecnologías, medios, procedimientos y controles, con los cuales se pretende mantener canales de comunicaciones relevantes, procesar transacciones de rutina, llamar la atención de los dirigentes y demás personas para eventos internos y externos, para asegurar que se tomen decisiones inteligentes.

Podemos deducir que el sistema de información contempla el almacenamiento y el procesamiento de datos, organizándolos para transformarlos en infor-

mación útil para que los administradores tomen decisiones y el control de las actividades organizacionales. Las informaciones generadas por el sistema de información deben servir como instrumento de apoyo a los gestores de las organizaciones. El sistema de información debe proporcionar a los gestores informaciones tanto sobre el pasado como para el futuro.

El proceso de tomar decisión según la opinión de Pereira: La racionalidad, es la capacidad de usar la razón para conocer, juzgar, elaborar pensamientos y explicaciones y es ella que habilita al hombre a elegir entre alternativas, a juzgar los riesgos provenientes de sus consecuencias y efectuar elecciones conscientes y deliberadas. Como toda la decisión envuelve hechos y juzgamientos de un contenido, ella tiene también un contenido ético. (Pereira, 1997).

Considerando que la contabilidad gerencial es un instrumento de información dentro de la empresa capaz de atender a las necesidades de sus dirigentes para tomar decisiones racionales, la investigación propuesta tendrá como meta la recolección de información capaz de atender las necesidades de las empresas para tomar decisiones.

Un sistema de información gerencial debe, por lo tanto, proveer informaciones relacionadas al pasado y al presente de la empresa. Así como también del futuro, relacionado a hechos relevantes, tanto dentro como fuera de la organización, para auxiliar al proceso decisorio y proveer un soporte a las funciones de planeamiento y control. La contabilidad gerencial se caracteriza por abastecer datos e informaciones a los administradores con la finalidad de auxiliar en el proceso decisorio.

Por lo tanto, la contabilidad financiera, también denominada contabilidad general, es un conjunto de informaciones ordenadas que pueden servir de base para un sistema de información gerencial. La perspectiva financiera tiene por objetivo mostrar si las estrategias elegidas e implementadas por una organización están contribuyendo al alza del valor de mercado de la empresa, a la generación de valor económico y al aumento de la riqueza de los socios.

Porter explica que “el retorno sobre inversiones en el

largo plazo es el punto de partida para llegar a una buena estrategia". (Porter, M., 2000, p. 23). El desempeño de cualquier empresa es motivado por la rentabilidad derivada del negocio y de la posición que la compañía ocupa en el ámbito de su competencia principal.

Para Kaplan y Norton, "los objetivos financieros auxilian el cambio de foco para las otras perspectivas del BSC". [Kaplan, R.S. y Norton, D.P., 1997, p. 49]. Cualquier medida debe ser parte de una cadena de relaciones de causa y efecto que culminan con la mejoría del desempeño financiero. El scorecard debe contar la historia de la estrategia, comenzando por los objetivos financieros de largo plazo y relacionando las acciones que necesitan ser tomadas con relación a los clientes, procesos internos y, por fin, personal y sistemas, a fin de que, en largo plazo, se produzca el desempeño económico.

La perspectiva del cliente

La perspectiva del cliente tiene por objetivo mostrar si las elecciones estratégicas implementadas por una organización están contribuyendo al aumento del valor percibido por el cliente con relación a los productos, servicios, imagen de marca, experiencia de compra y relación. La perspectiva del cliente califica si la proposición de valor para los segmentos de clientes está siendo concretada.

La satisfacción y retención del cliente y el enfoque en el mercado son las fuerzas que estimulan las organizaciones que desean sobrevivir y prosperar. El mayor principio es el respeto por el valor de la satisfacción del cliente en todos los momentos y por el conocimiento de cómo recolectar, analizar y utilizar las informaciones de los clientes y del mercado con vista a incrementar los negocios.

Según Kaplan y Norton, "las propuestas de valor son los vectores para las medidas esenciales de resultado en la perspectiva de los clientes". [Kaplan, R.S. y Norton, D.P., 1997, p. 67-68]. Describe la combinación única de producto, precio, servicio, relación e imagen que el negocio ofrece a los clientes.

Para Kaplan y Norton, "la proposición de valor deter-

mina los segmentos de mercado aspirado por la estrategia y la manera como la organización se distinguirá en los segmentos meta con relación a la competencia". [Kaplan, R.S. y Norton, D.P., 2000, p. 98-99]

La correcta identificación de los objetos son la perspectiva del cliente y atributos de la propuesta de valor, orienta a la elección de los objetivos de la dimensión de procesos internos.

Por lo tanto, las empresas que adoptan al BSC como sistema de gestión deben elegir, por ejemplo, los siguientes temas estratégicos: valor vitalicio de los clientes, participación en las compras del cliente, lucro de los clientes, relación con los clientes, satisfacción de los clientes y participación en el mercado.

La perspectiva de los procesos internos

La perspectiva de los procesos internos nos lleva al tema de ejecución de la estrategia, esto es, si el plan de la alta administración para generar valor económico para clientes y, en consecuencia, elevar el valor de mercado de la empresa y la riqueza de los socios está siendo implementado con éxito.

En esa perspectiva del BSC, el ejecutivo líder y el equipo de proyecto identifican los procesos críticos del negocio que son esenciales para transformar la proposición de valor en una realidad para el cliente y fuente de ventaja competitiva.

Para Kaplan y Norton, "los sistemas de medidas de desempeño de la mayoría de las empresas localizan la mayoría de los procesos operacionales existentes". [Kaplan, R.S. y Norton, D.P., 1997, p. 97]. En el BSC, se recomienda que los ejecutivos definan una cadena de valor completa de los procesos internos que empezaría con el proceso de innovación, identificación de las necesidades actuales y futuras de los clientes y desenvolvimiento de nuevas soluciones para que esas necesidades, prosigan con los procesos de operación, entrega de los productos y prestación de servicios a los clientes existentes, y termine con el servicio de posventa, oferta de servicios que complementan el valor proporcionado a los clientes por los productos o servicios de una empresa.

La identificación de los procesos críticos por medio del decenio de la cadena de valor permite la selección de los indicadores de desempeño que mejor midan los procesos críticos. Mientras, los sistemas de contabilidad y costos tradicionales pueden no estar preparados para medir los identificadores con la visión de procesos. Kaplan y Norton (1997) enfatiza que, en general, el análisis de costos apoyados en actividades permite que las empresas midan el costo de procesos que, juntamente con la medición de la calidad y del tiempo de ciclo, ofrecen parámetros importantes. La medida que las empresas utilizan, la mejora continua o la mejora discontinua de procesos internos importantes, los tres conjuntos de medidas - con base en costos, calidad y tiempo - ofrecerán datos que indicarán si las metas de esos programas de mejoría están siendo alcanzadas.

La perspectiva de aprendizaje y del crecimiento

La perspectiva de aprendizaje y crecimiento tiene por objetivo evaluar cuál es el valor del empleo para la empresa en tres niveles de contribución: como individuo, como miembro de un equipo de trabajo o como alguien integrado a la cultura organizacional. Así, los administradores necesitan identificar cuál es la estructura que hará viable el crecimiento sustentable de la empresa a largo plazo.

Según Kaplan y Norton, “la habilidad de una organización para innovar, mejorar y aprender se relaciona directamente con su valor”. (Kaplan, y Norton, 1996). En otras palabras, solamente por medio de su habilidad para lanzar nuevos productos, crear más valor para sus clientes y mejorar su eficiencia operacional una empresa consigue penetrar en nuevos mercados, aumentar ingresos y márgenes, creciendo y aumentando el valor para sus socios.

La elaboración del balanced scorecard revela tres categorías de objetivos para la perspectiva de aprendizaje y crecimiento: capacidad de los empleados; capacidad de los sistemas de información y motivación, empowerment y orden.

De acuerdo con lo que afirma Herrero: Las empresas visionarias reconocen que sus principales fuentes de renovación son las personas motivadas y de acuerdo con los valores de la organización, siendo que, en este

sentido, esas empresas desarrollan un conjunto de prácticas consideradas como esenciales para el desarrollo de su cultura organizacional. (Herrero, 2005).

La cadena de valor

La cadena de valor, es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor. Según esta herramienta también, todas las empresas cuentan con una cadena de valor conformada por estas actividades que van desde el diseño del producto y la obtención de insumos hasta la distribución del producto y los servicios de post venta.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se crearon 3 tablas y 7 gráficos de análisis que evidencian los resultados que seguidamente se presentan:

- En lo concerniente a la gestión financiera, la estructura económica de la EERSSA, no son favorables ni se potencian ventajas competitivas que apunten a lograr los objetivos estratégicos que persigue la EERSSA según lo establecido en su plan estratégico que dice: administrar de manera eficiente los costos y gastos, esto basándose en lo establecido por: “ (Peña, 2007) Una estrategia de éxito debe potenciar esa posición y, en consecuencia, generar un rendimiento por encima del normal. Por ello, el éxito de la estrategia se mide, en un enfoque financiero, por la rentabilidad a que dé lugar, en periodos temporales amplios”.
- Por consiguiente, así también precisa que: La gestión financiera tiene como objetivo apoyar el crecimiento rentable de la empresa, en el marco de su estrategia, manteniendo limitado su riesgo financiero, preservando su liquidez y emitiendo información relevante para la toma de decisiones; se debe considerar prever y captar la financiación requerida para desarrollar las operaciones, en importe, plazo y costo; aplicar procedimientos de control interno para proteger el patrimonio de la empresa. Estos procedimientos implican medidas tales como: segregar funciones, establecer límites de autorización, limitar el acceso a activos y docu-

mentación, supervisar contratos importantes, etc., cumplir la legislación referida a su área de actuación.

- Respetos de los costos de ventas presentan un comportamiento con tendencia a crecer; no así con el comportamiento de los ingresos; obteniéndose así los resultados de pérdidas en los años 2010, 2012, 2013 y 2014; por ello se relaciona que es inapropiada la estrategia de reducir costos basado en lo que establece: (Band, 1994) En algún punto

del trayecto hacia la excelencia en la calidad, será necesario comenzar a medir e informar sobre los costos de la calidad (CC). Estos son los costos en los que incurre una empresa en sus operaciones diarias para alcanzar los niveles de calidad que se han establecido. Cuantificar todas las variables del proceso de fabricación del producto y/o entrega del servicio y observar los resultados en blanco y negro puede ayudar a la empresa a planificar mejoras futuras y costos globales más bajos.

5. TABLAS

Tabla 2
Estado de Pérdidas y Ganancias de la EERSSA

RUBROS	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos Ordinarios	30,994,840.60	43,107,377.12	35,518,230.60	37,919,794.02	38,993,251.51
Costo de Ventas	27,709,411.02	27,842,975.26	26,518,489.10	30,089,868.61	31,914,836.53
Ganancia Bruta	3,285,429.58	15,264,401.86	8,999,741.50	7,829,925.41	7,078,414.98
Otros Ingresos	632,571.92	1,848,980.71	508,999.78	765,654.72	405,444.16
Gastos de Venta	2,272,985.90	2,635,612.46	2,938,334.24	3,146,634.77	3,537,105.59
Gastos de Administración	5,329,071.36	7,584,296.75	9,054,358.03	6,040,223.93	4,823,636.12
Gastos Financieros	20,093.17	43,516.18	3,949.39	5,868.47	8,838.99
Otros Gastos	132,467.89	326,809.78	1,010,974.40	2,056,821.19	1,250,198.92
Resultado	-3,836,616.82	6,523,147.40	-3,498,874.78	-2,653,968.23	-2,135,920.48

Fuente: Estados Financieros EERSSA

Tabla 3
Variaciones: Aumento y Disminución en Ingresos y Egresos 2010-2014

RUBROS	% Año 1 2011 - 2010	% Año 2 2012 - 2011	% Año 3 2013 - 2012	% Año 4 2014 - 2013
Ingresos Ordinarios	39.08	-17.61	6.76	2.83
Costo de Ventas	0.48	-4.76	13.47	6.07
Ganancia Bruta	364.61	-41.04	-13.00	-9.60
Otros Ingresos	192.30	-72.47	50.42	-47.05
Gastos de Venta	15.95	11.49	7.09	12.41
Gastos de Administración	42.32	19.38	-33.29	-20.14
Gastos Financieros	116.57	-90.92	48.59	50.62
Otros Gastos	146.71	209.35	103.45	-39.22
Resultado	-270.02	-153.64	-24.15	-19.52

Fuente: Estados Financieros EERSSA

6. Gráficos

Gráfico 1 Ingresos ordinarios



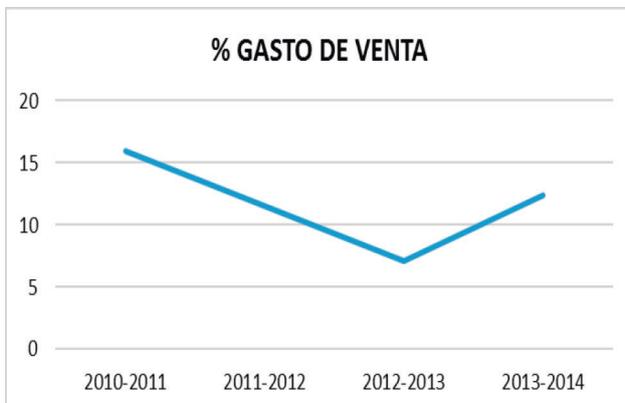
Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 2 Costo de ventas



Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 3 Gasto de venta



Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 4 Gasto de administración



Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 5 Resultado



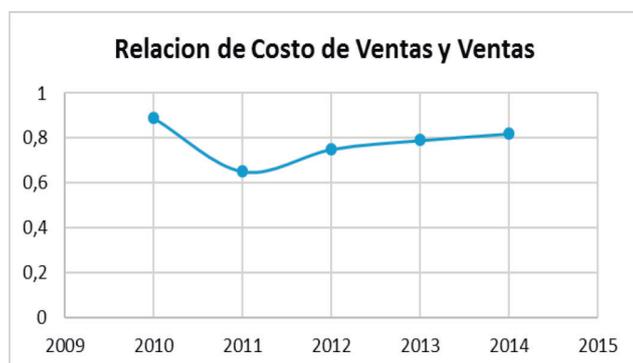
Fuente: Estados Financieros EERSSA

Tabla 4
Relación entre costo de ventas y Ventas años 2010-2014

Años	Ventas	Costo de ventas	% costo de ventas
2010	30,994,840.60	27,709,411.02	0.89
2011	43,107,377.12	27,842,975.26	0.65
2012	35,518,230.60	26,518,489.10	0.75
2013	37,919,794.02	30,089,868.61	0.79
2014	38,993,251.51	31,914,836.53	0.82

Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 6 Relación de costo de ventas y ventas



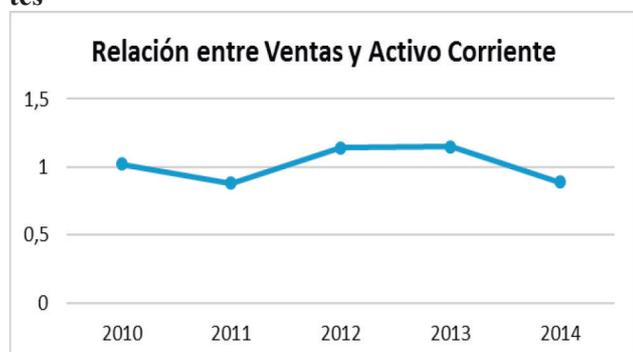
Fuente: Estados Financieros EERSSA

Tabla 5
Relación entre ventas y activo corriente 2010-2014

Años	Ventas	Activo Corriente AC	Ventas/AC
2010	30,994,840.60	31,745,617.92	1.02
2011	43,107,377.12	37,954,183.58	0.88
2012	35,518,230.60	40,645,092.90	1.14
2013	37,919,794.02	43,710,899.85	1.15
2014	38,993,251.51	34,565,246.84	0.89

Fuente: Estados Financieros EERSSA

Gráfico 7 Relación entre ventas y activos corrientes



Fuente: Estados Financieros EERSSA

CONCLUSIÓN

La prestación del Sector Eléctrico Ecuatoriano es a través de 20 agentes 11 de las cuales están agrupadas en la Corporación Nacional de Electricidad, y 9 en las distribuidoras que poseen centrales de generación. El parque generador, en su mayoría, está compuesto por centrales hidráulicas y térmicas con motores de combustión interna (MCI), a excepción de CNEL Guayaquil, que posee unidades térmicas turbogas y turbovapor. Además, existen centrales fotovoltaicas de E. E. Centro Sur y EE. Galápagos. El principal combustible utilizado por las centrales térmicas de las distribuidoras es diésel, la mayoría corresponde a las centrales térmicas con el 68,51% mientras que las centrales hidráulicas representan el 30,59% se considera el 0,42% de generación fotovoltaica y 0,48% de generación eólica. (Renovable & 2014, 2014). Es conocido que la mayor parte de las pérdidas de energía y las fallas más frecuentes se producen en las redes de distribución, en consecuencia, la imagen que se proyecta a los usuarios del servicio eléctrico por parte de las empresas distribuidoras, se encuentra condicionada al servicio recibido. Al cliente final de poco le sirve la alta confiabilidad en los sistemas de transmisión si el servicio eléctrico que recibe se encuentra deteriorado, principalmente debido a la baja confiabilidad en la infraestructura que se encuentra próxima a sus viviendas.

En lo referente a la información financiera de la EERSSA los costos del proceso y actividades generadoras de valor, los gastos de generación, comercialización, venta, distribución y administración son superiores a los ingresos teniendo en su mayoría de los periodos analizados pérdidas. En detalle las ventas presentan incremento entre un año y otro, aunque poco significativo; el costo de ventas presenta una tendencia de un crecimiento mínimo, lo cual es congruente con los ingresos. Por otra parte, los Gastos Administrativos, Gastos Financieros y Otros Gastos presentan incremento.

RECOMENDACIÓN

La administración deberá tomar decisiones oportunas encaminadas a aprovechar de mejor manera los recur-

sos, hacer estudios técnicos a la cadena de valor de la empresa, dar atención a las actividades generadoras de valor y el costo que ello implica, identificar la eficiencia, ahorro, costo y margen.

BIBLIOGRAFÍA

- Band, W. A. (1994). Creación del valor. La clave de la gestión competitiva: Diseño e implementación de una estrategia global.
- Carlos Andrés Núñez Viverosa, G. J. (2013). Diseño metodológico de la evaluación de proyectos energéticos bajo incertidumbre en precios: caso de cogeneración de energía en una empresa en Cali. SciELO.
- Del Rio Sánchez, C., & Raunum, Y. d. (s.f.). "Hacia la científicidad de la contaduría". Editorial ECA-SA.
- EERSSA. (2015). <http://www.eerssa.com/nuestra-empresa/historia.html?start=1>.
- Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (2012 - 2014). Plan Estratégico 2012 2017 - Estadísticas Pág. www.CONELEC- gob.ec. Loja.
- Escobar, A. M. (1983). "(1983)" La Contaduría Pública". Estudio de su génesis y de su evolución hasta nuestros días. 30.
- Esparza, C. A. (s.f.). Loja Pionera en la Generación Eléctrica. Universidad Técnica Particular de Loja.
- Fajardo, C. E., Forero, D. F., Cortés, J. R., & Zarama, D. (2003). Gestión estratégica institucional: Caso ISA. SciELO.
- http://www.regulacionelectrica.gob.ec/introduccion_regulacion/. (s.f.).
- Hurtado, S. M., & Morales, J. A. (2013). Estimación de la utilidad en riesgo de una empresa de transmisión de energía eléctrica considerando variables económicas. SciELO.
- Jorge Luis Jaramillo Pacheco, Diego Chamba Chamba. (2008). Una aproximación CTS a la implementación de la primera empresa de servicio. Escuela de Electrónica y Telecomunicaciones UTPL.
- Liliana, L. P., Carmen, V., Marisabel, L. C., & Juan, P. (2011). Indicadores estratégicos para incrementar la efectividad de las inspecciones para las operadoras del servicio eléctrico Venezolano. Scielo.
- López, D. C. (Octubre de 2012). Identificación de la responsabilidad social corporativa como estrategia competitiva de la IPS Cuidarte tu salud SAS durante el año 2012. (1), 103. Bogotá, Colombia: Facultad de Administración, Universidad del Rosario, Colombia.
- Padilla, M. C. (2013). Gestión Financiera. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Peña, D. N. (2007). Cómo gestionar el binomio rentabilidad-productividad. Madrid, España: Wolter Kluwer España, S.A.
- Pérez, E. J., Contreras, F. H., & Díaz, L. H. (2013). Gestión para una contabilidad verde en México. México.
- Renovable, M. d., & 2014. (2014). Estadística de Sector Eléctrico Ecuatoriano 2014.
- Scaramussa, Sadi A.; Reisdorfer, Vitor K.; Ribeiro, Antonio A. (2010). La contribución del balance scorecard como instrumento de gestión estratégica en el apoyo a la gerencia. SciELO.
- Wikipedia. (2015). <https://es.wikipedia.org/wiki/Neoinstitucionalismo>.