

UNIVERSIDAD ESAN



**IMPACTO EN LA EMPRESA CONCESIONARIA DE ELECTRICIDAD
DE UCAYALI S.A., POR LA PÉRDIDA DE CLIENTES REGULADOS
EN APLICACIÓN DEL DECRETO SUPREMO N° 022-2009-EM Y
PROPUESTAS PARA REDUCIR EL IMPACTO GENERADO**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener
el grado de Maestro en Administración**

por:

Mallma Tolentino, Héctor Rubén

Napaico Casimiro, Jorge Pablo

Sandoval García, Arjady Dahapne

Programa Magíster a Tiempo Parcial Pucallpa 2014 - I

Pucallpa, 26 de setiembre de 2017



Maestría en: Magíster en Administración de Empresas
Título de la tesis: **Impacto en la Empresa Concesionaria de Electricidad de Ucayali S.A., por la pérdida de clientes regulados en aplicación del Decreto Supremo N° 022-2009-EM y propuestas para reducir el impacto generado.**
Autor(es):
- MALLMA TOLENTINO, Héctor Rubén
- NAPAICO CASIMIRO, Jorge Pablo
- SANDOVAL GARCÍA, Arjady Dahapne

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años, a través de la implementación de nuevas de centrales de generación, se ha incrementado la oferta de la energía eléctrica en el sistema eléctrico interconectado nacional (SEIN), hecho que fortalece la seguridad eléctrica en el Perú y también dio inicio a una competencia entre las empresas generadoras y las distribuidoras, donde las generadoras con el afán de conseguir nuevos clientes captan clientes importantes de la empresas distribuidoras que registran una máxima demanda anual mayor a 200 kW, amparados en el Decreto Supremo N° 022-2019-EM “Reglamento de usuarios libres de electricidad”.

En este contexto Electro Ucayali S.A., no está exceptuado de la competencia originada por las generadoras, por lo que, la presente tesis de investigación determinará el impacto económico que generará a Electro Ucayali S.A., por la pérdida de clientes importantes, se desarrollara una evaluación externa al 2021 e interna de la empresa, identificación de los atributos de valor del producto (potencia y energía) y finalmente se formularán propuestas para reducir el impacto.

En la determinación de las pérdidas económicas, se consideró las utilidades que dejará de recibir Electro Ucayali S.A., por la no venta de energía y potencia de generación por cada cliente en estudio. El análisis externo a un horizonte de cinco años (2021) evalúa la demanda y oferta en el SEIN, la demanda del Sistema Eléctrico Pucallpa - Campo Verde y la oferta de las instalaciones eléctricas que conectan a este

al SEIN, para lo cual se ha empleado el método inferencial, información estadística del COES, información estadística de Electro Ucayali S.A., información de ejecución de nuevas centrales supervisadas por Osinergmin. La valoración de los atributos de valor del producto “Sin interrupciones”, “Tensión estable”, “Precio”, “Trato preferencial” y “Atención de emergencias”, mediante una encuesta dirigida a clientes importantes.

En el análisis interno, dirigido a determinar la calidad de atención al cliente, mediante encuesta, evaluar la organización (fuerza laboral) e inventarios de materiales (stock).

Los resultados de investigación, han mostrado que Electro Ucayali S.A., anualmente perderá aproximadamente S/. 2.30 MM soles por la pérdida de 12 clientes importantes. Asimismo existen otros 12 clientes que cumplen las condiciones para optar por el cambio de regulado a libre, acción que originaría una pérdida anual de S/. 1.64 MM soles. La oferta del SEIN al 2021 garantiza la atención de las demandas proyectadas, la oferta de las instalaciones eléctricas que conectan al SSEE Pucallpa - Campo Verde satisfacen su demanda proyectada al 2021. La encuesta de valoración de producto determinó que “Trato preferencial” (4.15) “Atención de emergencias” (3.90) y “Precio” (2.85) son los tres atributos de mayor valoración por los clientes importantes.

Electro Ucayali S.A., para reducir el impacto, deberá retener a los clientes bajo la estrategia de diferenciación, para lo cual deberá reformular su estructura organizacional, mejorar el trato preferencial con la implementación de un canal de atención exclusivo para asesorar a los clientes importantes en tarifas, usos eficientes de la electricidad, atención de emergencias y mantenimientos internos e implantar un sistema de información para administrar las relaciones con el cliente (CRM). Asimismo incrementar ingresos a través de la incorporación de nuevos clientes, evaluar inversión en generación, establecer alianzas con las empresas de generación bajo el ámbito de FONAFE, y gobierno corporativo con la finalidad de garantizar la continuidad de las estrategias a implementarse.

Resumen elaborado por los autores