

78
EDICIÓN

OCTUBRE 2018

REVISTA CIER

Sin fronteras para la energía



PRÓXIMOS INICIOS



TARIFAS EN DISTRIBUCIÓN PARA CLIENTES REGULADOS

22 de octubre al 2 de diciembre



PLANIFICACIÓN DE LAS REDES ELÉCTRICAS DE DISTRIBUCIÓN

29 de octubre al 2 de diciembre



GESTIÓN DE RIESGOS EN EL SECTOR ENERGÉTICO

29 de octubre al 23 de noviembre



SUBESTACIONES DE MEDIA TENSIÓN

5 de noviembre al 9 de diciembre



ALMACENAMIENTO ELÉCTRICO. TECNOLOGÍA, APLICACIONES Y PERSPECTIVAS

Próximamente

¡Reserve con tiempo su lugar y acceda a capacitaciones y especialistas de alto nivel en el sector energético!

Por más información: fvazquez@cier.org



Leny Medeiros

Coordinadora del Área de
Comercialización de CIER



Nuestro modo de vida actual, en prácticamente toda la Tierra, depende en gran medida del servicio público de electricidad, y por tanto la calidad y continuidad del suministro afecta profundamente nuestra cotidianidad en la casa, la oficina, la industria, el comercio, el transporte, la seguridad pública, los servicios sociales, etc.

Por tal razón, las empresas distribuidoras, como responsables del contacto directo con el cliente y consumidor final, enfrentan el desafío permanente de prestar un servicio con calidad y, a la vez, desarrollar un relacionamiento con sus clientes y consumidores donde se juegan su prestigio no sólo por las exigencias cada vez mayores respecto de la calidad técnica del suministro, sino por todas las demás componentes asociadas con el relacionamiento con el cliente, que van configurando una percepción general de la imagen de la distribuidora en la mente y el corazón

sus clientes y consumidores, a partir de las experiencias cotidianas con el uso del servicio y con los distintos puntos de contacto que cada persona tiene con la empresa.

Así, garantizar la calidad y la satisfacción de los clientes no es una tarea fácil, mas es un factor esencial para la sostenibilidad, ya que, la percepción que el consumidor tiene durante toda la jornada de su relación con la empresa distribuidora es determinante para garantizar su satisfacción. Satisfacer las necesidades del consumidor debe, por tanto, ser uno de los principales objetivos de las organizaciones.

En un ambiente complejo como el del sector eléctrico, decisiones puramente técnicas muchas veces definen los caminos. La satisfacción del consumidor con los servicios prestados ofrece una respuesta sobre la dirección a seguir.

CIER, con el propósito de contribuir con el desarrollo del sector en este aspecto y de hacer crecer, a través del trabajo conjunto, la percepción de calidad de las empresas del sector de distribución eléctrica, decidió crear un proyecto con el objetivo de medir la satisfacción de los clientes, comparar y reconocer los mejores resultados y también proporcionar un espacio para integración e intercambio de experiencias entre las empresas. En el marco de este proyecto, que se denomina CIER 12, se realizan anualmente, desde hace 16 años, las siguientes actividades:

- El **Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes**, para medir la percepción de los consumidores respecto del servicio que reciben de su empresa de distribución eléctrica.

Al medir anualmente y en detalle la percepción del cliente –razón de ser de cualquier distribuidora de energía– la Encuesta apoya la toma de decisiones, incentiva la formulación de nuevos proyectos y nos inspira a ser cada vez mejores, es decir, trae beneficios que permiten realimentar, controlar y además direccionar los esfuerzos de las empresas participantes. La evaluación cumple también un papel social al dar voz a la población al solicitar la opinión de los clientes. Nadie mejor que el consumidor, quien vive el sumi-

nistro de energía eléctrica en el día-a-día y solicita servicios de las distribuidoras, para evaluar su calidad.

- El **SICESD –Seminario Internacional Caminos para la excelencia en Servicios de Distribución y Relacionamento con los Clientes–**, un espacio de integración e intercambio de experiencias entre las empresas participantes de los diversos países, buscando mejorar la calidad del servicio y de las experiencias de los clientes a la vez que contribuye a tornar a toda la región más homogénea.
- Y, para recompensar el esfuerzo de las empresas que obtuvieron los mejores índices de satisfacción y de calidad tenemos el “**Premio CIER Satisfacción de Clientes**” que, por su naturaleza, constituye un Reconocimiento Público y Social, mediante la entrega de símbolos que otorgan prestigio internacional a las empresas vencedoras. Una señal de respeto al principal personaje de toda la cadena de servicios de energía eléctrica: el consumidor.

En términos de contenido, la presente edición de la revista CIER tiene como foco la satisfacción de los clientes en el sector energético.

Esperamos que sea una lectura inspiradora.

CONTENIDO

NOTICIAS INSTITUCIONALES

- 06** **Empresas de la CIER participan de Jornada de Gestión de Riesgos en Uruguay**
Empresas associadas a CIER participam do Workshop de Gerenciamento de Risco no Uruguai
- 08** **II Jornada de Integración Energética Regional**
Segunda Conferência sobre a Integração Energética Regional
- 10** **Reunión de evaluación de colaboración entre la CIER y ANEEL**
Reunião de avaliação de colaboração entre a CIER com a ANEEL
- 11** **Avances del Grupo de Trabajo Técnico de interconexión en el Mercosur CACIER – CUCIER – BRACIER**
Avanços do Grupo de Trabalho Técnico de Interconexão no Mercosul CACIER - CUCIER - BRACIER
- 13** **Visita de equipo del PACIER a la Secretaría Ejecutiva de la CIER**
Visita da equipe do PACIER ao Secretariado Executivo do CIER
- 14** **Con alrededor de 400 asistentes y 175 trabajos técnicos presentados se llevó a cabo el CIDEL Argentina 2018**
- 18** **XVI Seminario Internacional - Caminos para la excelencia en servicios de distribución y relacionamiento con los clientes**

ARTÍCULOS TÉCNICOS

Área de Comercialización

- 22** **Una mirada al Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes**
- 28** **PREMIO CIER Calidad – Satisfacción de Clientes**
- 36** **Escucha organizacional: un factor clave en el relacionamiento**
Gloria Lucía Cano R.
- 40** **Tarifas Eléctricas en Distribución para Clientes Regulados 2018**

Octubre 2018

Presidente de la CIER:

Ing. Alejandro Sruoga (Argentina)

Vicepresidente:

Cr. Carlos Pombo (Uruguay)

Ing. Luis Pacheco Morgan (Costa Rica)

Ing. Alberto Pérez Morón (Perú)

Ing. César Ramírez (Colombia)

Director Ejecutivo:

Ing. Tulio Machado (Brasil)

Redacción y Administración en Secretaría Ejecutiva de la CIER:

Blvr Artigas 1040 Montevideo, Uruguay

Tel: (+598) 27090611* / Fax: (+598) 27083193

Correo Electrónico: secier@cier.org

Foto de portada: Gentileza Comité Boliviano de la CIER - BOCIER.

Web: www.cier.org

*Queda autorizada la reproducción total o parcial haciéndose mención de la fuente.



Empresas de la CIER participan de Jornada de Gestión de Riesgos en Uruguay

Empresas associadas a CIER participam do Workshop de Gerenciamento de Risco no Uruguai



El pasado 8 de agosto se llevó a cabo en el salón de actos del Palacio de la Luz una jornada de gestión de

No dia 8 de agosto, foi realizado um dia de gestão de riscos no setor elétrico no auditório do Palácio

riesgos en el sector eléctrico. La misma tenía como eje central cómo gestionar los riesgos en las empresas eléctricas, basado en un intercambio de experiencias en la implementación de gestión de riesgos corporativos en empresas de la región.

Con la presencia de autoridades y personal gerencial de UTE, alrededor de 150 asistentes pudieron conocer las experiencias de ISAGEN y EPM, a cargo de los profesionales Ing. Jaime Iván Acosta y Sr. Euler Muñoz respectivamente.

da Luz pertencente a empresa UTE. O tema central foi como gerenciar riscos em empresas de energia elétrica, com base em uma troca de experiências na implementação da gestão de riscos corporativos em empresas da região.

Com a presença de autoridades e pessoal de gestão da UTE, cerca de 150 participantes puderam conhecer as experiências de ISAGEN e EPM, sob a responsabilidade dos profissionais Jaime Iván Acosta e Euler Muñoz, respectivamente.



Para finalizar, la Cra. Adriana Toscano realizó una presentación de riesgos de fraude de UTE.

Finalmente, a Cra. Adriana Toscano fez uma apresentação dos riscos de fraude da UTE.

II Jornada de Integración Energética Regional

Segunda Conferência sobre a Integração Energética Regional



Dado el éxito de la I Jornada de Integración Energética Regional realizada en el mes de abril en Bogotá, nos complace informar la realización de la II Jornada CIER “Las Oportunidades, Retos y Beneficios de la Generación Distribuida Renovables y su Interacción con las Redes en LAC”. Ésta se llevó a cabo los días 23 y 24 de agosto de 2018 en la ciudad de Panamá, en el hotel Wyndham Panamá Albrook Mall.

Dado o sucesso da Primeira Conferência sobre a Integração Energética Regional realizada em abril, em Bogotá, temos o prazer de informar a conclusão da Segunda Conferência CIER “Oportunidades, Desafios e Benefícios da Geração Distribuída renovável e sua interação com as redes LAC”. Esta foi realizada em 23 e 24 de agosto de 2018 na cidade do Panamá, no hotel Wyndham Panama Albrook Mall.

Contó con la presencia de unos 60 invitados entre directivos y autoridades del sector eléctrico Latinoamericano, resaltando la presencia de los secretarios de Energía de Argentina y Panamá - Alejandro Sruoga y Victor Urrutia respectivamente - así como del Subgerente de la empresa anfitriona ETESA de Panamá - Oscar Rendoll.

Expertos que se desempeñan en altos cargos del sector energéticos expusieron su visión, experiencias, problemáticas y posibles soluciones respecto a 4 ejes temáticos:

- La visión política y la regulación aplicada en sus países a la Generación Distribuida y/o autoproducción.
- El libre acceso y la remuneración de las redes de distribución.
- La medición, las tarifas y la escala de los clientes.
- Los nuevos negocios no regulados y el valor agregado que aporta la “marca” de la empresa eléctrica al cliente final.

Finalmente, la II Jornada cerró con un taller donde los homólogos latinoamericanos pudieron construir la agenda de los temas referentes a Generación Distribuida y/o Autoproducción y su interacción con las redes de distribución y transmisión, que deben abordar en conjunto aprovechando la plataforma de integración CIER.

Para ver el brochure del evento haga [click aquí](#).

Estiveram presentes cerca de 70 pessoas entre gerentes e funcionários do setor elétrico da América Latina, destacando a presença dos secretários de Energia da Argentina e Panamá - Alejandro Sruoga e Victor Urrutia, respectivamente -, bem como o gerente-adjunto da ETESA do Panamá, empresa anfitriã - Oscar Rendoll.

Especialistas que atuam em altos cargos no setor energético apresentaram suas visões, experiências, problemas e possíveis soluções em torno de 4 eixos temáticos:

- A visão política e o regulamento aplicado nos países para a Geração Distribuída e / ou à autoprodução.
- O acesso livre e a remuneração pelo uso das redes de distribuição.
- A medição, as tarifas e a escala dos clientes.
- Os novos negócios não regulamentados e o valor agregado que a “marca” da empresa de eletricidade traz para o cliente final.

Finalmente, a Segunda Conferência encerrou com um workshop em que as contrapartes latino-americanas puderam construir a agenda das questões relacionadas à Geração Distribuída e / ou Autoprodução e sua interação com as redes de distribuição e transmissão, que devem ser abordadas em conjunto aproveitando a plataforma de integração CIER.

Para ver o temário do evento, [clique aqui](#).

Reunión de evaluación de colaboración entre la CIER y ANEEL

Reunião de avaliação de colaboração entre a CIER com a ANEEL



El pasado 20 de setiembre la CIER y ANEEL – Agencia Nacional de Energía Eléctrica de BRASIL – mantuvieron una reunión para evaluar la posibilidad de colaboración para los proyectos venideros que tiene la CIER en su agenda hasta fin de este año.

La reunión fue de carácter institucional, en la que la CIER invitó formalmente a ANEEL a participar de la Reunión de Altos Ejecutivos – RAE – a realizarse en Buenos Aires, Argentina, los próximos 14, 15 y 16 de noviembre. Asimismo, se invitó a la empresa brasileña a participar, con una presentación del taller de ciberseguridad en el sector eléctrico, desarrollado en cooperación entre el BID y la CIER, y que se realizará el 25 y 26 de octubre en Montevideo, Uruguay.

No dia 20 de setembro, a CIER e a ANEEL – Agência Nacional de Energia Elétrica – BRASIL, realizaram uma reunião para avaliar a possibilidade de colaboração para os próximos projetos que a CIER tem em sua agenda até o final deste ano.

A reunião foi de natureza institucional, na qual o CIER convidou formalmente a ANEEL a participar da Reunião de Altos Executivos – RAE – a ser realizada em Buenos Aires, Argentina, nos próximos dias 14, 15 e 16 de novembro. Da mesma forma, a empresa brasileira foi convidada a participar, fazendo uma apresentação, do workshop sobre segurança cibernética no setor elétrico, promovido em cooperação entre o BID e a CIER que será realizado nos dias 25 e 26 de outubro em Montevideu, no Uruguai.

Avances del Grupo de Trabajo Técnico de interconexión en el Mercosur CACIER – CUCIER – BRACIER

Avanços do Grupo de Trabalho Técnico de Interconexão no Mercosul CACIER - CUCIER - BRACIER



Bajo la coordinación de la CIER, los Comités de Argentina, Brasil y Uruguay decidieron constituir un grupo de trabajo con el objetivo de construir, a partir de un estudio estructurado de sus mercados energéticos, una propuesta de implantación gradual de mejoras en la estructura normativa e institucional de cada uno de ellos, la cual fuera capaz de fomentar el intercambio de energía eléctrica entre ellos, a través de las interconexiones operativas.

Sob a coordenação da CIER, os Comitês da Argentina, Brasil e Uruguai decidiram formar um grupo de trabalho com o objetivo de construir, a partir de uma avaliação estruturada dos seus mercados de energia, uma proposta para a implementação gradual de melhorias na estrutura regulatória de cada País, tal que fosse capaz de promover o incremento na troca de energia elétrica entre eles, através de interconexões que efetivamente operacionais.

A partir de la publicación del día 15 de agosto por parte del Ministerio de Minería y Energía de la Resolución 339, el BRACIER organizó este Taller el día 21 de setiembre, invitando a los principales agentes institucionales del Sector Eléctrico Brasileño (MME, ANEEL, ONS y CCEE) para presentar las directrices que orientaron los cambios implementados por la Ordenanza, así como los efectos pretendidos.

Con este panel, los comercializadores de energía eléctrica de Brasil y los exportadores de energía de Argentina y Uruguay podrán presentar sus impresiones y visión de los cambios propuestos para así avanzar en acuerdos de interconexión energética.

Desde a publicação de 15 de agosto pelo Ministério de Minas e Energia da Portaria 339, o BRACIER organizou este workshop em 21 de setembro, convidando os principais agentes institucionais do Setor Elétrico Brasileiro (MME, ANEEL, ONS e CCEE) para apresentar as diretrizes que nortearam as mudanças implementadas pela Portaria, bem como os efeitos pretendidos.

Este “Workshop” foi planejado com um painel onde os comercializadores de energia e do Brasil, bem como os exportadores de Energia da Argentina e Uruguai apresentarão seus pontos de vista e visão das mudanças propostas, a fim de fazer avançar os acordos de interconexão de energia.



53° REUNION DE ALTOS EJECUTIVOS DE LA CIER

CONSTRUYENDO CONSENSOS PARA LA INTEGRACIÓN ENERGÉTICA REGIONAL EN UN MARCO DE INNOVACIÓN

14 al 16 de Noviembre de 2018
Hotel Panamericano, Buenos Aires, Argentina

Visita de equipo del PACIER a la Secretaría Ejecutiva de la CIER

Visita da equipe do PACIER ao Secretariado Executivo do CIER



El pasado jueves 2 de agosto visitaron la Secretaría Ejecutiva de la CIER integrantes del Comité Paraguayo de la CIER – PACIER.

El actual Secretario Ejecutivo del PACIER Ing. Juan Carlos Alvarez, junto al asesor Ing. Manuel Cárdenas, se reunieron con el Director Ejecutivo Tulio Alves.

El objetivo de este encuentro fue profundizar acerca de los próximos proyectos, así como presentar y darle la bienvenida a Manuel Cárdenas al equipo de la CIER.

Na última quinta-feira, 2 de agosto, membros do Comitê Paraguaio do CIER – PACIER visitaram a Secretaria Executiva do CIER.

O atual Secretário Executivo do PACIER Ing. Juan Carlos Alvarez, junto com o assessor Ing. Manuel Cárdenas, reuniu-se com o Diretor Executivo Túlio Alves.

O objetivo deste encontro foi aprofundar os próximos projetos, bem como apresentar e receber Manuel Cárdenas à equipe do CIER.

Con alrededor de 400 asistentes y 175 trabajos técnicos presentados se llevó a cabo el CIDEL Argentina 2018



Este congreso se desarrolló del 24 al 26 de septiembre en el Hotel Sheraton de Buenos Aires. El objeto del CIDEL Argentina 2018 fue presentar, difundir y debatir sobre nuevos conocimientos, tecnologías y competencias entre quienes integran esta comunidad desde su actividad en las distribuidoras, el Estado, los fabricantes de productos, los prestadores de servicios, la consultoría y las universidades.

El Ing. Alejandro Sruoga, secretario de coordinación de política energética de Argentina, y también presidente de CIER y CACIER, estuvo presente en el acto de apertura del Congreso sobre Distribución

Eléctrica el 24 de septiembre. Lo acompañaron el Ing. Claudio Bulacio, gerente de ADEERA, secretario adjunto a la presidencia de CIER y secretario ejecutivo de CACIER; Tulio Machado Alves, director ejecutivo de CIER; y Petr Toman, integrante del Comité Directivo del CIRED.

En la primera jornada de CIDEL 2018 se llevó a cabo el acto de apertura del congreso, la mesa redonda “Innovación para enfrentar los actuales desafíos en la distribución eléctrica”, y luego se brindó con un cocktail de bienvenida a los participantes.



Sesiones técnicas

Las temáticas desarrolladas durante el congreso se dividieron en seis sesiones, las cuales tuvieron gran aceptación por el público participante ya que se mostraron interesados y realizaron numerosas preguntas a los autores.

La **sesión 1** denominada “**Instalaciones de distribución: subestaciones, líneas y cables**” abarcó temas relacionados con la aplicación de nuevos criterios y tecnologías en el sector; métodos de diagnóstico de fallas y de mantenimiento; innovación en el diseño de sus componentes, etc.

Dentro de la **sesión 2** “**Generación distribuida y redes inteligentes**” se presentaron gran cantidad de trabajos que ampliaron los conocimientos acerca de los diseños, estudios, planificación, tarifas e integración de este tipo de generación en el sistema.

La **sesión número 3** contó con proyectos vinculados a la “**operación y control de redes**” a fin de compartir nuevos procedimientos de planificación para la operación de la red como así también el impacto de la integración de sistemas de almacenamiento de energía.

En la **sesión 4** llamada “**La distribución eléctrica sustentable**” se repasaron temas vinculados al cuidado del medio ambiente, a la gestión de pérdidas técnicas y no técnicas, a la tarifa social, a la responsabilidad social empresarial, entre otras cuestiones relevantes.

Luego, la **sesión 5** contó con exposiciones relacionadas a la “**calidad del servicio** y del producto en distribución”, y, por último, la **sesión 6** trató sobre “**eficiencia energética y tecnológica**” y tuvo gran convocatoria.



Premiaciones

El 26 de septiembre se dio por concluido el congreso con la participación de 400 asistentes de diversas nacionalidades quienes formaron parte de las diferentes actividades del evento.

El Ing. Raúl Stival, presidente del Comité Técnico del CIDEL y ex presidente de la Empresa Provincial de la Energía de Santa Fe (EPESF), junto con el Ing. Gabriel Gaudino, reconocido especialista del sector de la distribución eléctrica, realizaron el acto de cierre.

Ambos agradecieron a todos los que fueron parte del evento de altísimo nivel académico y afirmaron que el mismo superó ampliamente las expectativas ya que en esta edición se presentaron 175 trabajos provenientes

de 17 países los cuales abarcaron diferentes temáticas relativas al sector.

A su vez, el Comité Técnico del Congreso premió a 12 trabajos técnicos, 2 por cada sesión. Por Argentina fueron elegidos seis trabajos, a saber: “Equipo detector fraudes subterráneos con red en servicio” y “Evaluación de parque de transformadores de medición AT de una empresa de distribución” de EDENOR; “Implementación del módulo de calidad de servicio GIS en EPESF”; y “Las smart grids como herramienta para la regularización y control de asentamientos” de EDEMSA.

También fueron premiadas las exposiciones “Impacto en la red de distribución de usuarios electrointensivos y de la nueva tecnología de equipo de refrigeración inverter” de la UTN FrSF y “Análisis económico de

la generación solar distribuida y de los mecanismos regulatorios de incentivos en Argentina” de la UNSJ.

Luego, el Comité Técnico del CIDEL eligió premiar a tres trabajos de Brasil: “Métodos de agrupamiento (clusters) aplicado a las concesionarias de energía eléctrica en Brasil” de la CELESC; “Análisis de los índices de tensión en régimen permanente de todos los clientes de baja y media tensión, utilizando datos de medición, simulaciones y aplicación de Business Analytics en una distribuidora brasileña” y “Sistema de auto-reconfiguración de redes con funcionalidades avanzadas para el control y monitoreo de sistemas de distribución” de SINAPSIS.

A su vez, Uruguay también contó con un trabajo seleccionado denominado “Regulación de tensión en redes de distribución con generación distribuida” realizado por la UTE. Canadá, por su parte, salió elegida con la exposición “Transformador Padmount de alto voltaje - nueva alternativa de subestación” de MANITOBA HIDRO.

Por último, se premió al trabajo “Aplicación de un sistema de sensor de línea inalámbrico para mejorar los esquemas de protección de distribución” de la empresa SCHWEITZER de Estados Unidos.

Fuente: CACIER

Conoce el nuevo video institucional de la CIER



XVI Seminario Internacional - Caminos para la excelencia en servicios de distribución y relacionamiento con los clientes



CIER, consciente de la necesidad de conocer la percepción de los consumidores respecto del servicio que reciben de su empresa de distribución eléctrica, viene desarrollando anualmente, desde hace 16 años, el **Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes**; un proyecto que nació con el propósito de hacer crecer, a través del trabajo

conjunto, la percepción de calidad de las empresas del sector de distribución eléctrica.⁽¹⁾

Y parte fundamental de este trabajo conjunto se materializa con la realización anual del **SICESD: SEMINARIO INTERNACIONAL - Caminos para la Excelencia en Servicios de Distribución y Rela-**

⁽¹⁾ Ver más información en el artículo: “Una mirada al Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes” en este mismo número de la revista.

cionamiento con los Clientes que es un foro donde se genera un espacio académico que permite conocer e intercambiar experiencias con expertos y profesionales de las empresas distribuidoras de la región que participan del Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes y que han logrado los mayores niveles de reconocimiento de sus clientes sobre el servicio prestado y también se logran sinergias entre los representantes de las empresas participantes para la generación de acciones de mejora y planes de acción de corto y mediano plazo, lo que ha impulsado el crecimiento global del sector y la mejora sostenida en la satisfacción percibida por los clientes.

El Seminario está dirigido a ejecutivos, profesionales, técnicos y proveedores de servicios involucrados en el proceso de Distribución y Gestión Comercial, con una programación diseñada en un formato donde se alternan paneles y conferencias con visitas técnicas y cursos específicamente pensados para el logro del propósito mencionado.

La potencia de este espacio se evidencia en que aporta oportunidades de crecimiento y mejora no solo para las empresas sino especialmente porque permite que surja entre los asistentes un espíritu de equipo y se creen vínculos con otros profesionales del sector en un espacio de apertura, colaboración y mutuo respeto en el que mediante las experiencias compartidas se logra un aprendizaje que trasciende las diferencias marcadas por las fronteras entre los países, las empresas y las culturas, para avanzar en el propósito común de mejorar en la prestación del servicio de distribución eléctrica para los consumidores y clientes de América Latina.



Participar en un SICESD es viajar a un espacio donde se congrega gran parte de América Latina, es compartir con personas de 14 países, que representan anualmente a más de 50 empresas de distribución eléctrica y donde se respira un ambiente de apertura, camaradería y genuino interés por aportar al fortalecimiento del sector mediante el intercambio de experiencias sobre las iniciativas que han permitido a las empresas, invitadas como expositoras, obtener los mejores resultados medidos en la satisfacción con la calidad percibida que tienen sus clientes y consumidores.

El SICESD es un espacio donde las preguntas son bienvenidas y donde los colegas comparten lo que les ha funcionado y lo que no, se apoyan para incursionar por nuevas rutas que otras empresas han explorado ya y se celebra también la alegría del trabajo bien hecho, de saber que los clientes reconocen el quehacer, muchas veces silencioso, de las personas de todas las áreas de la distribuidora y se reflexiona sobre el camino que nos falta por recorrer y sobre las acciones que continuaremos desarrollando para que la calidad del servicio sea cada vez mejor y los clientes así lo perciban.

Reseñamos acá algunos testimonios de personas que hacen parte del grupo de trabajo que participa en la Encuesta y que han participado en el SICESD:

“El mayor aprendizaje resulta al compartir experiencias con empresas del sector eléctrico de otros países, es decir, se puede realizar un bechmarking de estrategias, ideas innovadoras, implementación de tecnología, entre otras.”
(Amelia Carranza – DELSUR- El Salvador)

“La percepción de los clientes, respecto del servicio que brinda una empresa, resulta relevante para diferenciar las variables que reciben una buena calificación, y por tanto aprobación, de aquéllas con las que el cliente no está conforme. La metodología utilizada por la CIER, además de mostrar esta realidad, proporciona información para realizar un análisis comparativo, a través de índices, entre las empresas participantes, creando un espacio de interacción y sinergia entre ellas, fruto de lo cual se priorizan acciones orientadas a corregir los problemas que mayormente influyen, de acuerdo a la importancia dada por el cliente.

El hecho de compartir las prácticas y experiencias, de las empresas que han obtenido las mejores calificaciones, contribuye al aprendizaje y transparenta el objetivo de la CIER de promover y favorecer la integración del sector energético en la región a través de la cooperación mutua entre sus asociados. Este entorno ha impulsado a que la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur C.A. haya participado regularmente en este proyecto, de cuyos resultados se ha nutrido para definir estrategias que han potenciado su crecimiento.

Esperamos que la CIER mantenga esta trayectoria y logre incursionar y consolidar otros proyectos, que superen la relevancia e influencia obtenida por esta encuesta.” **(Heriberto Idrovo – CENTROSUR – Ecuador)**

“Como empresa distribuidora participamos para conocer y rescatar cuáles son las mejores prácticas en la atención de clientes y la calidad del servicio y así obtener la mayor “satisfacción de nuestros consumidores”. En este intercambio de conocimientos y experiencias, lograr implementarlas en favor de nuestros clientes; es por eso que en este contexto, la CRE se encuentra en la búsqueda constante para seguir siendo una empresa líder en nuestro medio.”
(Javier Melgar – Antonio Leigue, CRE-Bolivia)

“Para nuestra empresa la participación en la encuesta de satisfacción de la CIER, ha sido una experiencia sumamente gratificante e importante, esto por cuanto nos ha permitido contar con información muy valiosa del benchmarking, que cuenta con fundamento científico y que permite la comparación entre empresas del mismo ramo y bajo criterios estandarizados. La información obtenida, ha facilitado la toma de decisiones y la orientación de esfuerzos para el mejoramiento de aspectos en la empresa y esto a partir de la información suministrada por los clientes del segmento residencial. Además, por ser un programa en el que participan numerosas empresas con afinidades y complejidades similares y donde se permite a través de su ya emblemático evento anual, la posibilidad de compartir experiencias exitosas de las empresas y con los participantes, se vuelve un espacio

único para capitalizar experiencia y tratar de desarrollarlas en nuestras empresas.” **(Carlos Germán Barrantes – ICE Costa Rica)**

Así como la Encuesta, en 2018 tuvimos el 16° SICESD. El evento fue realizado del 3 al 5 de setiembre, en Curitiba, Brasil, y organizado por Copel y BRACIER. En el programa contamos con una charla magistral sobre ética y gobierno corporativo, 4 paneles: con las empresas ganadoras del Premio CIER 2017 de los grupos 1 y 2, Atención al Cliente y Responsabilidad Social. Y, además, un día de presentaciones en salas temáticas sobre: Gestión de Perdidas, Prepago, Facturación en sitio, Gestión de Servicios y COD - Centro de Operación de Distribución, Smart grids y Nuevas Tecnologías y visitas técnicas.



Un evento de alto nivel y evaluado como bueno y muy bueno por todos los participantes.

Más información en www.sicesd.com

Video resumen del evento



Una mirada al Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes

Hace 16 años que CIER promueve la realización anual del **Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes**; un proyecto que nació con el propósito de hacer crecer, a través del trabajo conjunto, la percepción de calidad de las empresas del sector de distribución eléctrica.

Para la ronda 2018 este diagnóstico sectorial contó con la participación de 87 empresas distribuidoras de energía eléctrica de 14 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay. Sumando los datos de esta ronda tenemos que estas 87 empresas atienden una población cercana a los 500 millones de habitantes (aproximadamente 130 millones de clientes residenciales).

Dentro de los objetivos del diagnóstico, se destacan:

- Medición del nivel de satisfacción de los consumidores con respecto a la calidad del producto y de los servicios prestados por la distribuidora;

- Generación de índices que permitan la comparación de los resultados entre todas las distribuidoras;
- Generación de matrices de apoyo a la definición de acciones de mejora.

Y permite a las empresas participantes:

- Presentar ante los reguladores y las organizaciones de defensa de los consumidores información legítima y confiable, relacionada con el grado de satisfacción de los clientes de la empresa, respaldada por la Metodología CIER;
- Realizar benchmarking comparando el propio desempeño con el de otras distribuidoras del país y de la región;
- Realizar comparaciones de desempeño de empresas del mismo grupo empresarial en diferentes países;
- Conocer grados de satisfacción de los clientes con los atributos de calidad percibida por éstos, tanto para el producto como para los servicios;

- Conocer grados de satisfacción de los clientes con los precios del servicio;
- Conocer los aspectos que, desde la percepción del cliente, la empresa debería mejorar así como aquellos que debería mantener y fortalecer;
- Obtener una matriz para sustentar la definición de acciones para mejorar el desempeño de la empresa en la atención de los clientes.
- Obtener el reconocimiento público que proporciona el Premio a la excelencia de los servicios percibida por los propios clientes;
- Utilizar la imagen del “Premio CIER” en sus comunicaciones institucionales.

La Metodología CIER

El estudio está fundamentado en la utilización de la metodología cuantitativa y permite conocer las opiniones y percepciones del público objetivo en relación con el objeto de estudio, además de posibilitar la identificación de variaciones por segmento, la realización de cruces de datos y demás tratamientos estadísticos. Utiliza la técnica de *Survey*, que consiste en la aplicación de cuestionarios estructurados a una muestra representativa del público objetivo.

La recolección de datos/Aplicación de entrevistas es cara a cara en los domicilios de los consumidores y se entrevista a la persona residente en el domicilio, que

esté alfabetizada y sea responsable por el pago de las facturas de energía eléctrica.

Importante observar que para la realización de las encuestas la CIER firmó un convenio con la ABRADDEE – Asociación Brasileira de Distribuidores de Energía Eléctrica. El objetivo del convenio es realizar intercambio de resultados e informaciones relativas a las encuestas realizadas por ABRADDEE y CIER, permitiendo comparaciones (misma metodología) entre sus empresas asociadas. La ABRADDEE realiza la encuesta en el Brasil, y la CIER en los países sudamericanos, Centro América, Caribe y México, con la misma metodología.

Un requisito de la metodología desde su creación era contar con un modelo transparente y de fácil comprensión para la generación tanto de índices parciales como del índice general que sería considerado como referencia para la comparación y la premiación de las empresas según la satisfacción con la calidad percibida por sus consumidores.

El cuestionario del estudio es amplio e involucra una serie de atributos que contemplan cinco áreas: suministro de energía, información y comunicación, factura de energía, atención al cliente e imagen de la empresa.

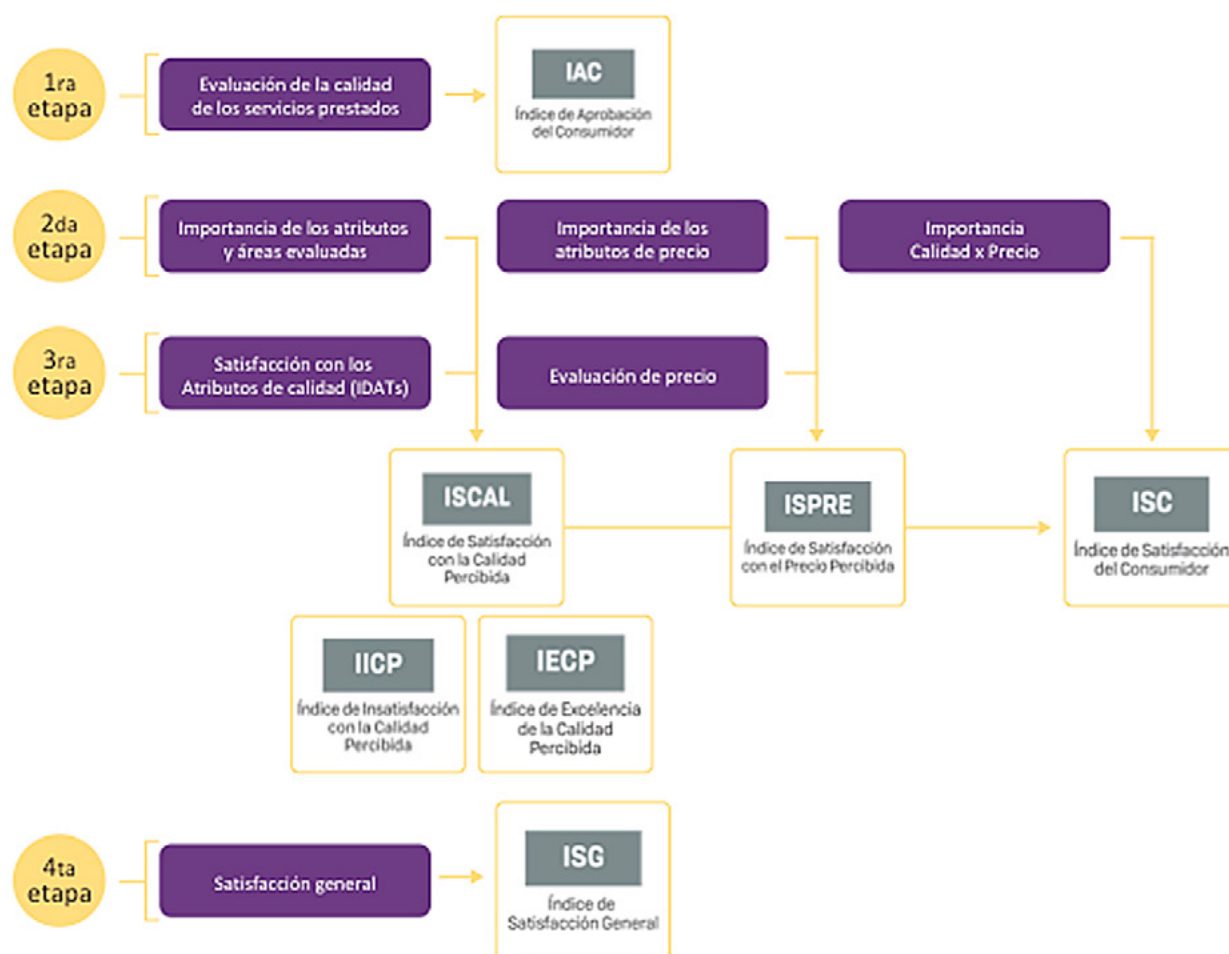
Además, la encuesta está dividida en dos fases: una donde se consulta al entrevistado sobre la importancia que para éste tienen los distintos atributos y otra donde se le pregunta sobre su satisfacción con estos mismos atributos, siendo que en la encuesta de satisfacción, además de los atributos evaluados a partir de una escala de 10 puntos, también se incluye un conjunto de preguntas complementarias que sirven para la caracterización tanto del entrevistado, como del domicilio y también de soporte para el entendimiento de los diversos aspectos de la calidad que son abordados en el diagnóstico.

En el Modelo CIER, la satisfacción es medida por un conjunto de siete índices principales:

1. Índice de Aprobación del Cliente - IAC;
2. Índice de Desempeño de los atributos de Calidad - IDAT;
3. Índice de Desempeño de las Áreas de Calidad Percibida - IDAR;
4. Índice de Satisfacción de la Calidad Percibida - ISCAL;
5. Índice de la Satisfacción del Cliente con el Precio Percibido - ISPRE;
6. Índice de Satisfacción del Cliente – ISC;
7. Índice de Satisfacción General – ISG.

Los índices representan el porcentaje de clientes “satisfechos” o “muy satisfechos” con atributos de valor evaluados.

Modelo CIER



Los índices IDAT representan el desempeño en cada atributo de calidad de la encuesta;

El IDAR representa el desempeño de la distribuidora en cada una de las áreas de calidad.

El ISCAL - Índice de la Satisfacción del Cliente con la Calidad Percibida - se obtiene a través de la ponderación entre el total de clientes “satisfechos” y “muy satisfechos” con cada atributo y la importancia relativa del atributo, según la visión de los clientes. Se utiliza para medir el grado de satisfacción de los clientes con las distintas dimensiones de los productos y servicios prestados por las empresas distribuidoras. El índice parte del supuesto del cliente como árbitro final de las calidad y como actor prioritario en el direccionamiento de los programas de mejora de la calidad.

Matriz de apoyo para la Definición de Mejoras

Los resultados de la encuesta serán útiles para la implementación de mejoras, ya que medirán las percepciones de los clientes sobre las empresas y los servicios por ellas ofrecidos. Pero, debido al gran número de informaciones que se generará, puede ser que surja la dificultad de definir qué acciones de mejora deberán ser efectivamente implementadas y/o en qué orden éstas deberán ser implementadas.

La matriz de apoyo para la definición de mejoras indica prioridades para implementación de acciones por parte de la distribuidora, para obtener mejor desempeño. Para elaborar las matrices, se utiliza: la importancia relativa del atributo; el desempeño del atributo (satis-

facción), y el impacto del atributo en la satisfacción general del cliente.

Resultados históricos de la Encuesta

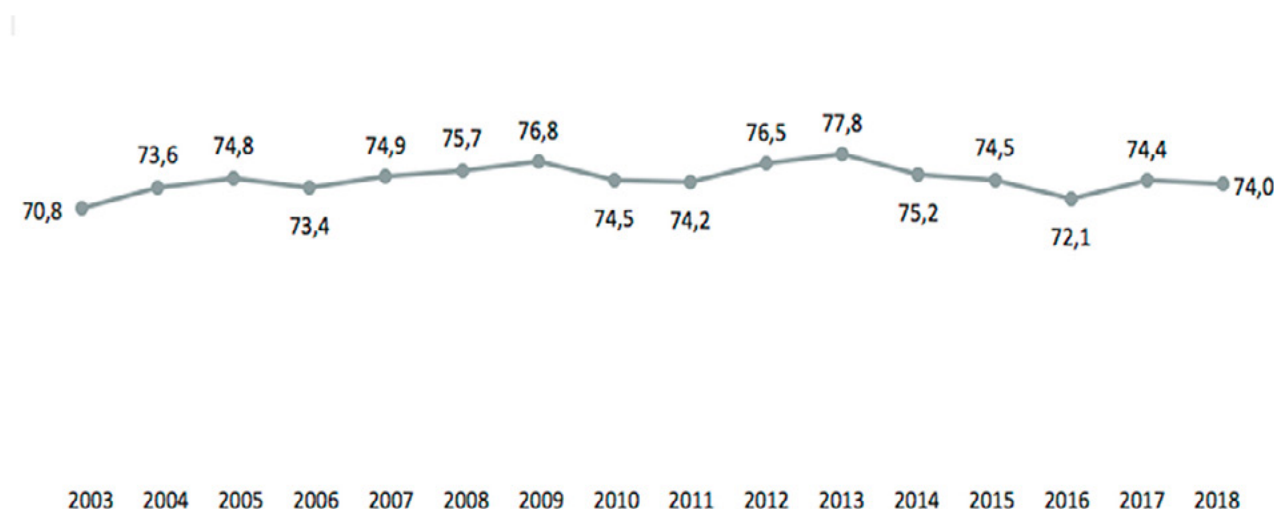
La Encuesta trajo mejoras en la prestación del servicio en las empresas del sector y la ciudadanía ha podido ser testigo de estas mejorías.

Este Estudio, en sus más de 16 años, ha madurado su metodología y se ampliaron la muestra y la recolección de datos, lo que generó nuevas posibilidades de análisis de información y la obtención de mejores resultados y contribuyó a mejorar el desempeño de las distribuidoras y también al desarrollo económico y social de los países.

La metodología CIER sigue un proceso continuo de renovación y consolidación. Y para que los análisis permanezcan siempre actualizados; considerando las transformaciones en el segmento de la energía –asociadas con los deseos de los consumidores- el número de índices calculados, las variables y atributos investigados también cambian con el paso del tiempo. El procedimiento tiene implicaciones directas en los informes producidos al final de cada ronda anual, que son cada vez más completos, amplios y confiables.

Otra parte importante del éxito de la Encuesta está en el intercambio de experiencias, que ocurre durante los Seminarios de Mejores Prácticas (SICESD); y así, a partir de las informaciones de la encuesta e inspiradas por las experiencias de las empresas *benchmark*, las empresas participantes pueden trazar planes de acción teniendo en perspectiva el mejor desempeño en escenarios de corto y mediano plazo.

ISCAL - Índice de satisfacción con la calidad percibida



Evolución del número de entrevistas 1999-2018 (Abradee y CIER)

Año	ABRADEE			CIER			TOTAL	
	Empresas	Entrevistas		Empresas	Entrevistas		Empresas	Entrevistas
		Padrón	Expansión		Padrón	Expansión		
1999	21	13.125					21	13.125
2000	36	22.500					36	22.500
2001	35	21.875					35	21.875
2002	44	27.500					44	27.500
2003	44	27.500		8	5.000		52	32.500
2004	40	25.000	9.501	9	5.625		49	40.126
2005	43	26.875	13.408	19	11.875		62	52.158
2006	48	30.000	13.836	24	15.000		72	58.836
2007	44	27.500	11.118	31	16.250		75	54.868
2008	45	24.300	12.762	41	17.675		86	54.737
2009	49	26.125	13.599	39	16.250	1.497	88	57.471
2010	49	26.125	13.302	47	21.200	3.963	96	64.590
2011	49	26.125	12.545	43	19.285	3.921	92	61.876
2012	46	24.925	15.436	44	19.375	1.230	90	60.966
2013	46	25.375	15.389	39	17.600	5.077	85	63.441
2014	46	25.375	14.291	56	25.075	5.129	102	69.870
2015	46	25.375	14.530	48	21.200	5.128	94	66.233
2016	49	26.575	12.969	51	22.850	5.158	100	67.552
2017	49	26.575	11.001	61	23.300	7.051	110	67.927
2018	41	23.600	10.148	46	22.450	5.729	87	61.927
TOTAL	-	502.350	193.835	-	280.010	43.883	-	1.020.078

Hoy, si bien aún no es el mayor estudio de diagnóstico sectorial del mundo, el *Diagnóstico Sectorial Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes*; figura entre los mayores. Es la mayor investigación conocida sobre un sector económico específico y después de más de un millón de cuestionarios aplicados, el Diagnóstico ha generado un conocimiento científico relevante y sus bancos de datos fueron inspiración para varias tesis de maestría y doctorado.

Margen de Error

El margen de error del resultado CIER, para el conjunto de todas las distribuidoras participantes, es de $\pm 2,6$ puntos porcentuales (p.p.) para un nivel de confianza de 95,0%.

El margen de error, por distribuidora, es ± 5 p.p. para las empresas con hasta 500 mil consumidores, y de ± 4 p.p. para las empresas con más de 500 mil consumidores. De esa manera, es posible la comparación de los resultados entre las distribuidoras.

Profesionales Involucrados

Para la realización del estudio fueron entrenados responsables de 11 empresas prestadoras de servicios de recolección de datos que comprenden los 13 países, 96 supervisores y coordinadores de equipo, 906 encuestadores para la recolección de datos propiamente dicha, 345 verificadores y revisores del cumplimiento de las normas establecidas para dicha recolección y de las respuestas recogidas. También participaron 18 analistas en las siguientes etapas: plan de Muestreo, Operacionalización, Análisis Cuantitativo: Finalización y Edición, Desarrollo y Tecnología.

Reflexión final

En un sector en constante transformación, monitorear la experiencia de los consumidores se torna aún más necesario y desafiante.

Entendemos que la provisión de energía eléctrica es un servicio estratégico en cualquier país. Y, cada uno, tiene su forma particular de estructurar su sector eléctrico; de organizarse con el propósito de prestar un servicio de calidad a su población.

Lo que hemos verificado con estas 16 rondas de Diagnóstico realizadas es que, cuando consideramos todos los países participantes en la Encuesta, hay más semejanzas que diferencias en la forma de tratar el servicio de energía eléctrica. Independientemente de las particularidades del tratamiento dado al sector en uno u otro país, algunos temas son universales. Como por ejemplo, la importancia de la continuidad y de la calidad del suministro de energía, las informaciones y la atención prestada a los consumidores, el cobro por el servicio, el precio pagado y la relación costo-beneficio. Y, por eso, estos temas pueden ser evaluados de forma comparativa entre los 14 países y las distribuidoras participantes del estudio.

Importante recordar que la encuesta no evalúa el negocio de energía eléctrica sino los servicios prestados a los consumidores.

La transparencia del proceso y en la divulgación de los resultados incentivan transformaciones y estimulan esfuerzos en los participantes. El intenso intercambio de experiencias por parte de las distribuidoras incentiva y explica muchos de los avances logrados hasta hoy.

PREMIO CIER Calidad – Satisfacción de Clientes

Compartiendo experiencias, CRECEMOS TODOS...

El proyecto: **“Encuesta y Premio CIER Calidad - Satisfacción de Clientes”** fue creado en 2002. La encuesta, abierta para todas las empresas distribuidoras asociadas, utiliza la metodología del Proyecto CIER 12/SC y la CIER reconoce los niveles de excelencia alcanzados a través de la entrega del **“Premio CIER Calidad - Satisfacción de Clientes”**.

Para la realización del proyecto, la CIER firmó un Convenio con la ABRADDEE -Asociación Brasileira de Distribuidores de Energía Eléctrica- para el uso compartido de los resultados de la Encuesta de Satisfacción de Clientes que es realizada en Brasil por la ABRADEE y en los otros países sudamericanos por la CIER.

Desde 2003 la CIER entrega los Premios Oro, Plata, Bronce y menciones especiales para las empresas vencedoras del Premio CIER de Calidad Satisfacción de Clientes

A partir del año 2008, las empresas participantes se dividieron en dos categorías así:

Grupo 1:

Empresas con más de 500 mil consumidores.

Grupo 2:

Empresas con hasta 500 mil consumidores.

Objetivos

El “Premio CIER Calidad - Satisfacción de Clientes” tiene como objetivo inducir de forma dinámica y permanente el perfeccionamiento de las empresas distribuidoras asociadas y el desarrollo del bienestar social en la Región latinoamericana.

El “Premio CIER” por su naturaleza, constituye un Reconocimiento Público y Social, mediante la entrega de símbolos que otorgan prestigio internacional a las empresas vencedoras.

Criterios

Para la concesión del Premio CIER se utiliza el “Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida por el Cliente” (ISCAL) de la Metodología CIER (ISQP – ABRADDEE) que considera 05 áreas y 29 atributos de calidad - Las áreas consideradas son: Suministro de Energía (tres atributos), Información y Comunicación con los Clientes (cuatro atributos), Factura de Energía (cinco atributos), Atención al Cliente (nueve atributos) e Imagen de la Empresa (ocho atributos).

Premios Oro, Plata, Bronce y Menciones

Las empresas que obtuvieron los tres más altos valores para el ISCAL, de los grupos 1 y 2, serán vencedoras en las categorías oro, plata y bronce.

Además de los premios, la Comisión definió que serán concedidas menciones especiales de reconocimiento para las empresas que presenten:

1. la **mayor evolución** del Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida y
2. otra para las empresas que presenten los **más altos valores** en la media de los 14 (catorce) atributos considerados del tema de Responsabilidad Social Empresarial.

Trofeos: El premio más que un trofeo, es una obra de arte

En reconocimiento al talento y esfuerzo de artistas sudamericanos, poseedores de las herramientas más nobles de la integración humana como son el arte y la cultura, la CIER definió desde el principio, que los premios concedidos sean obras de arte y **el sol**, como símbolo más auténtico de luz y energía, fuese utilizado como idea central y punto de partida para crear las piezas premio. Con el tiempo fueron creadas 10 obras de arte, de 10 países distintos representando los comités nacionales de Cier:



Premio CIER 2003 – Uruguay – Pieza de Carlos Páez Vilaró



Premio CIER 2004 – Brasil – Pieza de Denize Torbes



Premio CIER 2005 – Bolivia – Piezas de Lorgio Vaca



Premio CIER 2006 – Peru - Piezas de Víctor Delfín



Premio CIER 2007 – Colombia - Piezas de Pedro Pablo Siauchó



Premio CIER 2008 – Ecuador - Eduardo Vega



Premio CIER 2009 – Argentina - Juan Carlos Pallarols



Premio CIER 2010 – Paraguay- Hermann Guggiari



Premio CIER 2011 – Chile - María Eugenia Mardones F.



Premio CIER 2012 – República Dominicana - Carlos Santos.

Desde 2013, el premio que se otorga a las empresas vencedoras fue creado siguiendo los mismos criterios de los anteriores y tiene al sol como idea central. Es una obra del artista uruguayo Gerardo Correa Martin, quien tuvo como idea creativa una analema. *(Una analema es la curva que describe la posición del sol cuando es observado a la misma hora y en el mismo lugar todos los días del año.)*

El trofeo según el artista es :

Una escultura levemente inclinada que fue confeccionada en material noble, bronce, lustrado, y busca transmitir la energía, la vitalidad y la fuerza de los elementos representados.

Compitieron por el Premio CIER, edición 2018, 53 empresas distribuidoras asociadas a los Comités de la CIER de 14 países sudamericanos, América Central y Caribe que participaron de las Encuestas CIER y ABRADDEE.



Premio CIER Oro, por el escultor uruguayo Gerardo Correa Martin.

Entrega de los premios

La entrega de los premios es realizada todos los años en la RAE – Reunión de Altos Ejecutivos de la CIER y en esta edición 2018, los premios serán entregados en **Buenos Aires – Argentina**, el día **14/nov/2018**, como parte del programa de la **53º RAE: Reunión de Altos Ejecutivos de CIER**.

Divulgación de los resultados de la encuesta y del premio

Las empresas participantes podrán divulgar sus propios resultados sin hacer referencia, ni comparaciones con resultados de otras empresas participantes.

Las imágenes y símbolos del Premio podrán ser utilizadas por las empresas en sus comunicaciones institucionales, así como hacer referencia a la metodología y a la institución responsable por la aplicación de la encuesta y presentación de los resultados.

Vencedores premio CIER 2018

GRUPO 1 – Empresas con más de 500.000 consumidores:

- Categoría **ORO**: *CPFL Paulista – Companhia PAULISTA de Força e Luz – Brasil*
- Categoría **PLATA**: *CELESC – Celesc Distribuição S.A. – Brasil*
- Categoría **BRONCE**: *COPEL – COPEL Distribuição S.A. – Brasil*

Mención Especial (Mayor Evolución del Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida – ISCAL):

CEB – CEB Distribuição S.A – Brasil

Mención Especial (Mayor Evaluación en los atributos de Responsabilidad Social):

CNFL – Companhia Nacional de Fuerza y Luz, S.A. – Costa Rica

GRUPO 2 – Empresas con hasta 500.000 consumidores:

- Categoría **ORO**: *COOPEGUANACASTE – Cooperativa de Electrificación Rural de Guanacaste, R.L. – Costa Rica*
- Categoría **PLATA**: *EERSSA – Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. – Ecuador*
- Categoría **BRONCE**: *EEASA – Empresa Eléctrica Ambato Reg Centro Norte S.A. – Ecuador*

Mención Especial (Mayor Evolución del Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida – ISCAL):

ELECTROHUILA – Electrificadora del Huila S.A. E.S.P. – Colombia

Mención Especial (Mayor Evaluación en los atributos de Responsabilidad Social):

EEASA – Empresa Eléctrica Ambato Reg Centro Norte S.A. – Ecuador

Escucha organizacional: un factor clave en el relacionamiento

“Es que la mayor parte de los problemas de una empresa hoy se deben al factor humano. Por mucha tecnología que empleemos: son las personas las que deciden.”
(Humberto Maturana R.)

Hace poco más de 10 años estaba terminando mi tesis de la maestría sobre el modelo de negocios de los servicios públicos⁽¹⁾ y una de mis conclusiones que, a pesar de su obviedad, se ha consolidado como uno

de los ejes de mi búsqueda personal y profesional, ha sido la importancia del relacionamiento en el desempeño empresarial, al punto que puedo afirmar que:

“Sin relación no hay resultados”



⁽¹⁾ Cano Restrepo, Gloria Lucía. Patrón, Estructura y Proceso: Un Modelo para la comprensión del Negocio de los Servicios Públicos. Tesis de Grado Maestría en Desarrollo. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín – Colombia. 2006.

Siguiendo la conclusión anterior y profundizando sobre el relacionamiento con los *stakeholders*, en empresas no sólo del sector eléctrico sino en organizaciones de otros sectores, comencé a distinguir que el espacio relacional era fundamental para el modelo de relacionamiento de las personas y de las empresas y que uno de los componentes clave en el espacio relacional generado por una persona o empresa, es el lugar desde dónde se escucha y el cómo se escucha.

Así, acogiéndome a la propuesta de Judy Burnside-Lawry⁽²⁾, quien define la **Escucha Organizacional** como **una combinación de las habilidades de escucha del empleado y del entorno en el que su escucha ocurre, el cual “es modelado por la organización y es, también, una de las características de la imagen organizacional”**, he podido constatar como, aunque la Escucha Organizacional es un factor clave en el relacionamiento, aparece, sin embargo como una clave, “olvidada” o “ignorada”, pues aunque en todas nuestras organizaciones tenemos establecidos algún(os) mecanismo(s) de Escucha Organizacional, parece evidente que seguimos teniendo muchos “Puntos Sordos” cuando se trata de escuchar con atención, respeto y apertura lo que muchos de nuestros *stakeholders* intentan o desean decirnos.

Una hipótesis explicativa del por qué la Escucha Organizacional nos aparece como un factor clave “olvidado” es porque en el discurso de los últimos 20 años el tema del relacionamiento con los *stakeholders*

ha comenzado a aparecer en la agenda empresarial en niveles cada vez mayores, pero con un enfoque orientado a **“Hablar más que Escuchar”**.

Como lo expone Jim Macnamara, profesor de comunicación pública de la *University of Technology Sydney* en su investigación realizada a lo largo de varios años bajo el título: *“Creando una Arquitectura de la Escucha en las organizaciones”*⁽³⁾, el **95% de lo que las entidades consideran comunicación se dedica a “hablar”, frente a sólo un 5% que se destina a “escuchar”**. En consecuencia, para muchas organizaciones comunicar es establecer un monólogo destinado a los públicos, sin atender al *feedback* correspondiente.

Es bastante fácil identificar esto al mirar en los esquemas de comunicación y relacionamiento de las empresas, una clara orientación hacia la Generación y Producción de Contenidos y Mensajes, en los que sigue primando el entendimiento de la comunicación como un proceso unidireccional de transmisión de información en el cual las empresas generan y producen contenidos de distintos tipos (marketing, publicidad, información y orientaciones para el uso de sus productos y servicios, actividades de relaciones públicas, actividades de relacionamiento con *stakeholders*, etc.), sin considerar en su espacio relacional apertura para escuchar y generar así oportunidades para sostener conversaciones con las personas a las que dichos mensajes o contenidos van dirigidos.

⁽²⁾ Burnside-Lawry, J. (2011). The dark side of stakeholder communication: Stakeholder perceptions of ineffective organisational listening. *Australian Journal of Communication*, 38(1), 147–173, p. 149

⁽³⁾ Macnamara, J. (2015, May). Creating an ‘architecture of listening’ in organizations: The basis of engagement, trust, healthy democracy, social equity, and business sustainability. Sydney, NSW: University of Technology Sydney.

Como se evidencia en el estudio de Macnamara, mejorar la escucha es una cuestión de actitud y de procesos. Aunque muchas organizaciones disponen de sistemas de escucha, actualmente sólo los usan para verificar la eficacia de sus emisiones, en un ejercicio egocéntrico que sigue dominado por el paradigma del control, ya sea del mensaje o del medio.

Escuchar es una actitud que requiere humildad y empatía. Para definirla, el profesor australiano plantea en su investigación siete cánones o preceptos clave de la Escucha Organizacional que expongo brevemente aquí:

1. El **Reconocimiento** de los otros como personas o grupos con derecho legítimo a hablar y a ser tratados con respeto.
2. El **Acuso de Recibo**, para quien habla esta es una señal importante de que está siendo escuchado(a) y está recibiendo atención (el siguiente canon). Este paso requiere, a menudo, una comunicación para avisar a quien habla que su consulta, pregunta o comentario está siendo tenido en cuenta —particularmente cuando la respuesta requiere referencia a un departamento o unidad especializada, lo que puede tomar algún tiempo—.
3. **Prestar Atención** al otro(a); en las organizaciones esto puede involucrar el referir una comunicación pública a un departamento o unidad específica con el conocimiento especializado requerido para desarrollar las etapas siguientes.
4. La **Interpretación** de lo que el (la) otro(a) dice de la forma más amplia y receptiva posible, sin eludir, malinterpretar o rechazar lo que se escucha debido a prejuicios o barreras de percepción, y sin recurrir automáticamente a la persuasión para intentar modificar el punto de vista, posición o preocupación del que habla.
5. Tratar hasta donde sea posible de lograr la **Comprensión** de las visiones, perspectivas y emociones del que habla.
6. **Tomar en Consideración lo que el(la) otro(a) dice.** Considerar las visiones, opiniones, comentarios e intereses del otro es un paso que sigue a Prestarle atención, Interpretar lo que dice y Tratar de Comprenderlo, pues al tomar en consideración lo que el otro dice, sin seguir primero los pasos anteriores, suelen generarse malentendidos. Es importante también notar que tomar en consideración lo que el(la) otro(a) dice no significa aceptar o estar de acuerdo con el (ella).
7. **Responder en forma apropiada.** Nuevamente, es importante notar que la respuesta ‘apropiada’ no significa estar de acuerdo o aceptar lo que se dijo o se solicitó, pero sí dar cabida a las explicaciones y aclaraciones oportunas según el caso.

Según Macnamara, la arquitectura de la escucha organizacional va más allá de los mecanismos y tecnologías de escucha y está compuesta por: la cultura, las políticas, la estructura, los procesos, los recursos, las ha-

bilidades, las tecnologías y las prácticas aplicadas por una organización para realizar los 7 cánones anteriores (reconocerlos como legítimos, acusar recibo, prestar atención, interpretar, comprender, tomar en consideración y dar respuesta a sus *stakeholders* y públicos).

Y para mí que llevo ya varios años formando parte del Equipo del Proyecto CIER 12/SC “Encuesta y Premio CIER Calidad – Satisfacción de Clientes” es evidente cómo cuando escuchamos y aplicamos los siete cánones anteriores, pasan cosas interesantes y potentes, pues no sólo crecemos y mejoramos como empresas sino que también formamos equipo y vínculos con otros profesionales del sector en un espacio de colaboración y mutuo respeto en el que compartimos experiencias de aprendizaje que van más allá de las fronteras empresariales y de las culturas locales y nos permiten avanzar en el propósito común de mejorar en la prestación del servicio a nuestros consumidores y clientes.

Por eso la “Encuesta y Premio CIER Calidad – Satisfacción de Clientes” es una de las herramientas de Escucha Organizacional más potentes que podemos usar, pues una vez que uno está dispuesto a Reconocer al otro, Prestar atención a lo que dice, Interpretar de forma amplia para Comprender su visión de las cosas y genuinamente hace todo lo posible

por hacerse cargo y responder de forma apropiada, el relacionamiento con los consumidores y clientes va transformándose paulatinamente y estos 16 años de historia que tiene la Encuesta Regional CIER de Satisfacción de Clientes (ERSC) son una muestra de cómo escuchando podemos transformar el mundo.

Me despido cerrando este pequeño texto con una invitación a preguntarnos:

¿Me interesa lo que el(la) otro(a) tiene para decirme?

¿Cómo lo(la) escucho?

¿Qué criterio pongo para aceptar o negar lo que escucho de lo que me dicen?

Me encantaría escuchar sus respuestas, comentarios y aportes sobre el tema y para eso, lectores(as) les dejo mis datos de contacto:

Gloria Lucía Cano R.

Tarifas Eléctricas en Distribución para Clientes Regulados 2018

Resumen

La Comisión de Integración Energética Regional concibe la energía eléctrica como un motor de desarrollo que dinamiza el crecimiento económico, el desarrollo industrial y la calidad de vida de la población en la región Latinoamericana. Por ello, la Comisión lidera iniciativas como la Encuesta de Tarifas Eléctricas de Distribución con el propósito de hacer transparente el nivel y evolución de las tarifas asumidas por los usuarios industrial, comercial y residencial en la Región Latinoamericana.

Con este objetivo, la CIER elabora anualmente el Informe de Tarifas Eléctricas de Distribución para clientes regulados en América Latina en cuya construcción asegura la transparencia y consistencia de los datos gracias a la participación de expertos en tarifas de energía de cada uno de los países participantes, que aportan información objetiva, pública y verificable sobre la situación de costos de energía en cada país.

Las tarifas analizadas en esta edición del estudio corresponden a la información recabada a través de la **Encuesta de Tarifas Eléctricas de la CIER – Edición/2018**, realizada entre empresas de distribución de Latinoamérica, aplicable a usuarios definidos bajo

condiciones estándar en cuanto al sector económico al que pertenecen, así como al nivel de tensión y tamaño de la carga asignada al consumidor, elementos éstos que buscan asegurar la comparabilidad de los resultados obtenidos.

La metodología utilizada en la Encuesta CIER de Tarifas Eléctricas se basa en la definición de “clientes típicos”, caracterizados a través del nivel de tensión del suministro, potencia contratada y consumo de energía mensual.

En esta oportunidad se incluyeron **53 empresas** encuestadas que desarrollan la actividad de distribución, atendiendo entre todas a **113 millones de clientes**, que representan una **facturación anual de 503 TWh**; las tarifas analizadas corresponden a los pliegos tarifarios vigentes al 2 de enero de 2018.

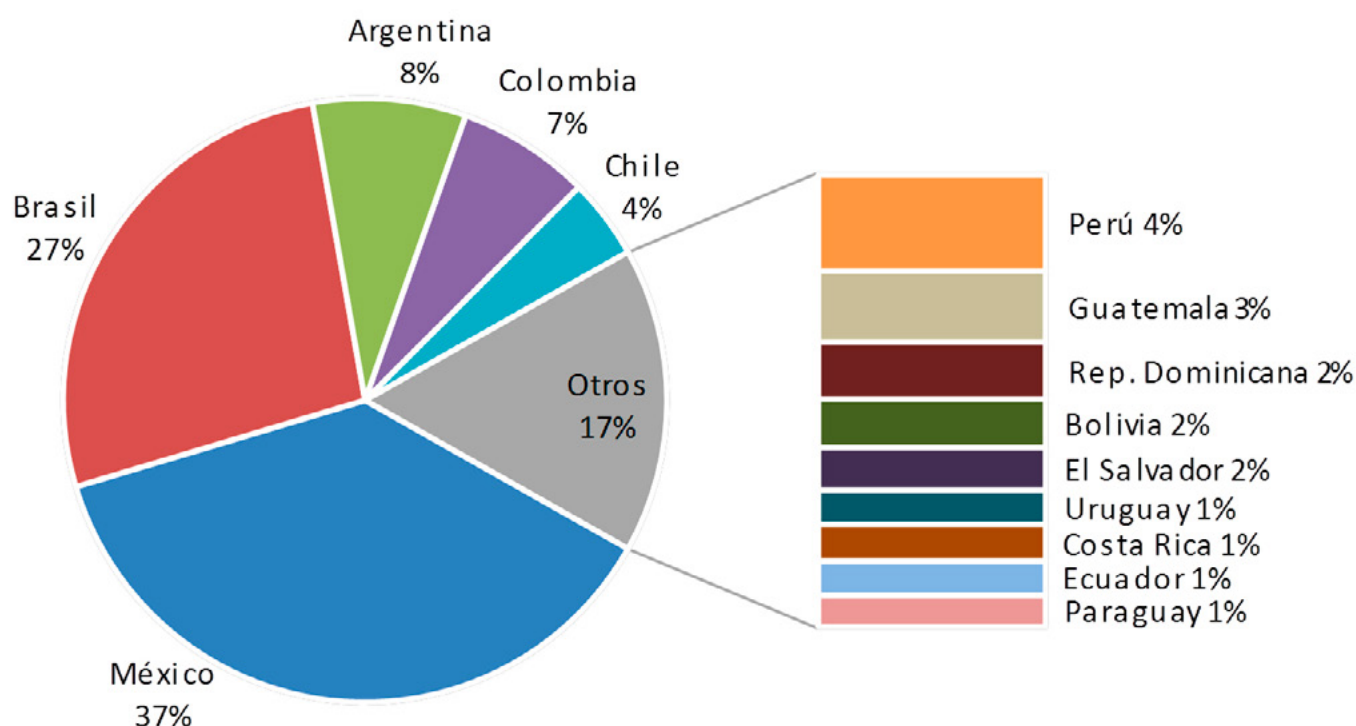
La estructura para obtener la tarifa media por unidad de energía consumida a la que acceden los clientes finales toma todos los componentes de costos del sector eléctrico, los costos promedio de la energía comprada,

los costos promedio por uso del sistema troncal, transmisión, subtransmisión y distribución, otros costos (como el resto de los costos que implican la comercialización) e Impuestos, todo ello expresado en dólares americanos por megawatio-hora (US\$/MWh).

La encuesta aplica los valores tarifarios que resulten más representativos y convenientes para el cliente típico en cuestión. En particular, para el sector residencial cuando existen tarifas subsidiadas, se trata la información para evitar la inclusión de estos subsidios en la comparación de las tarifas en este sector y se presentan las tarifas subsidiadas en un capítulo separado.

Destacamos que los datos resultantes de la aplicación de las tarifas reflejan los montos tarifarios de la empresa para los clientes de las empresas participantes (Clientes CIER) en sus zonas de operación, y no así los valores medios de tarifas del país en su integralidad.

En la muestra participan **14 países de Sudamérica, América Central y El Caribe y México**. La representación de clientes de Centro América (Costa Rica - El Salvador - Guatemala - México - Rep. Dominicana) es del 45%, en donde México representa el 37% del total de la muestra, Mercosur (Argentina - Brasil - Chile - Paraguay - Uruguay) con el 41%, y Región Andina (Bolivia - Colombia - Ecuador - Perú) con el 14%.

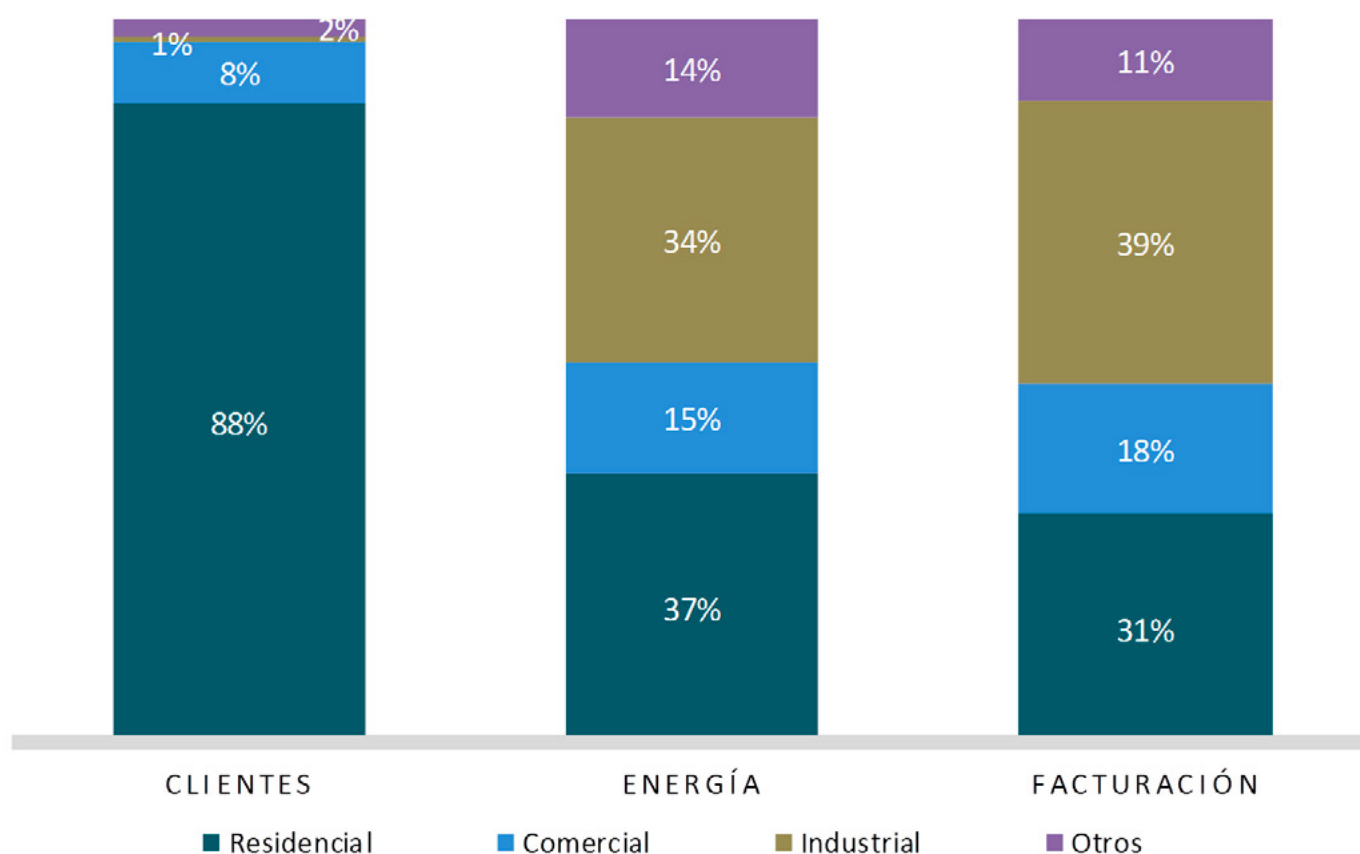


La caracterización sectorial de la muestra, en cantidad de clientes, se encuentra representada por consumidores Residencial 88%, Comercial 8% e Industrial y otros 4%; y la composición patrimonial de las empresas participantes es diversa, incluyendo empresas públicas 28%, privadas 45% y mixtas 27%.

El consumo promedio a nivel sectorial es un factor importante a evaluar considerando que no existe una homogeneidad de la tarifa aplicada por nivel de consumo en la región y que existen diversos cargos tarifarios aprobados de acuerdo con la regulación de

cada país, de hecho, diferentes modelos sectoriales y normativos en donde por ejemplo algunos países aplican cargos fijos, mientras que en países como Brasil, Colombia y Paraguay se aplican únicamente cargos volumétricos.

Así mismo, dependiendo de los países y de los sectores de consumo, se aplica una tarifa única de energía o se define un modelo tarifario por tramos o por franjas horarias. En el sector residencial, únicamente en Uruguay se aplican tarifas opcionales con franjas horarias, mientras en el resto de los sectores de con-

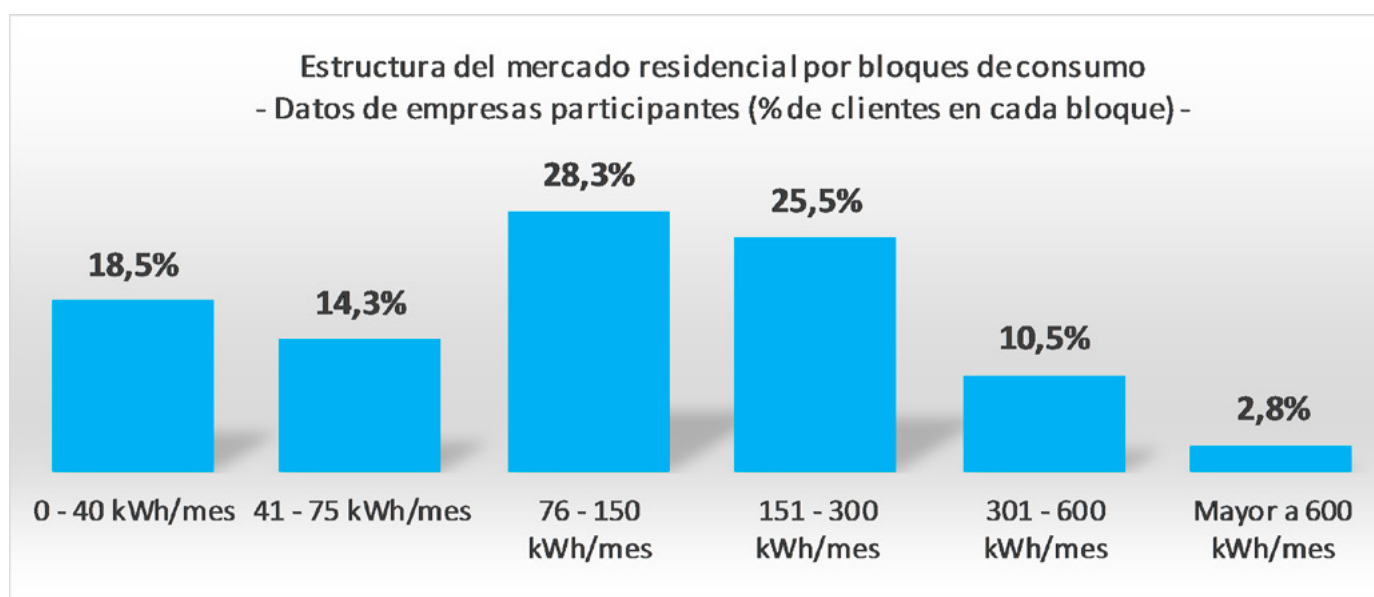


sumo se aplican ambos modelos en la mayoría de los países. Ya sea que se aplique un modelo que combine diversos cargos tarifarios, productos, bloques de consumo y cargos por potencia o energía, el objeto de este informe es realizar una comparación de los pasos asumidos por los clientes por su consumo promedio de energía (kWh/mes), en un ejercicio realizado para cada sector.

Del total de la muestra se destaca el **sector residencial** con consumos de 76 a 150 kWh/mes, representando el mercado más grande para este sector de consumo

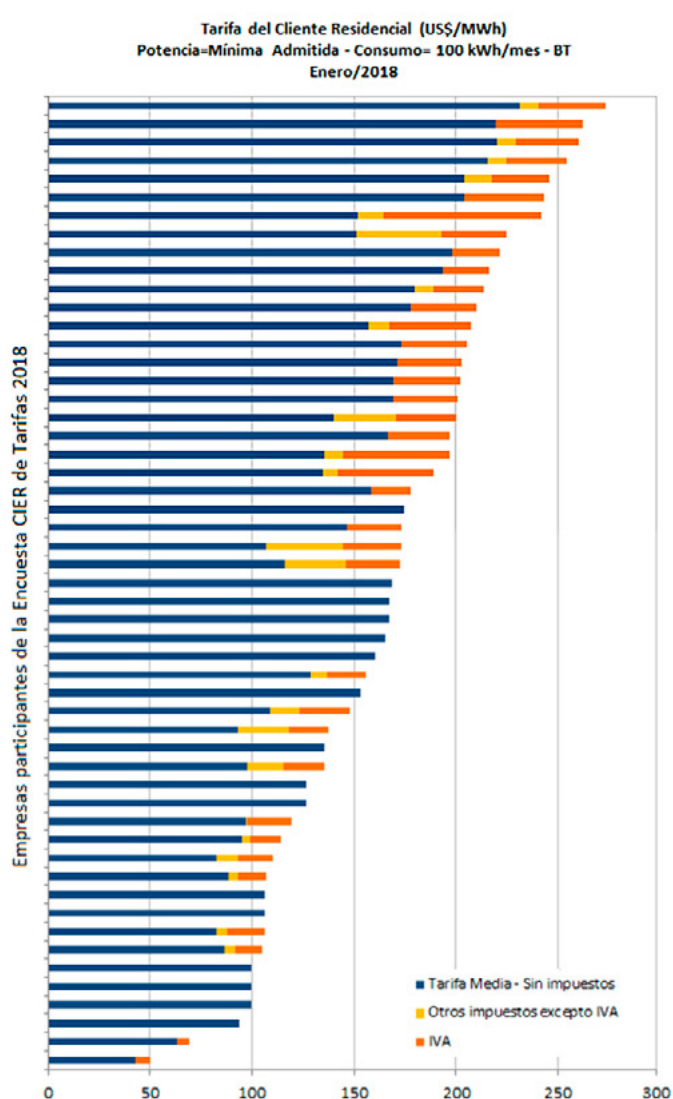
(28,3%). Para este sector la encuesta identifica tarifas de empresas participantes con precios medios de hasta 273 US\$/MWh y empresas que ofrecen precios medios de 50 US\$/MWh para un consumidor similar, (incluyendo impuestos e IVA).

En cantidad de clientes de este sector, también se destaca muy de cerca (25,5%) aquellos con consumos entre 151 y 300 kWh/mes, cuyos precios medios de acuerdo a las cuentas en este rango de consumo y según las empresas, oscilan entre 72 US\$/MWh y 275 US\$/MWh.

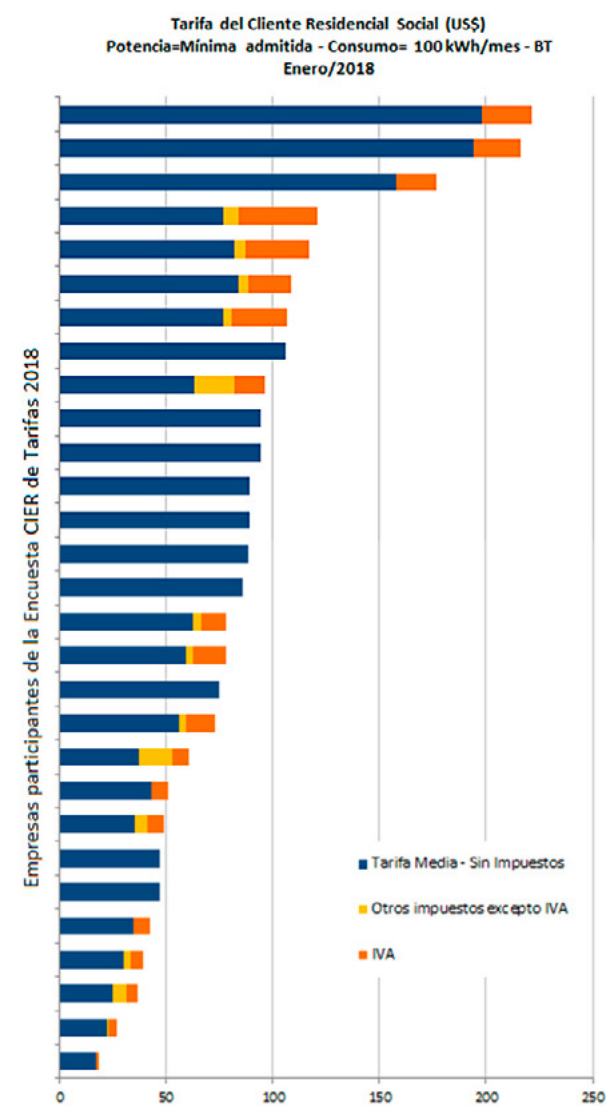


Tarifa del Cliente Residencial para consumos de 100 kWh/mes en empresas participantes de la Encuesta CIER
(Valores en US\$/MWh)

Tarifa Residencial Plena
(todas las empresas participantes de la Encuesta CIER)



Tarifa Residencial Social
(solo se presentan para empresas participantes de la Encuesta CIER que tienen este tipo de tarifa)



En materia de **impuestos**, las empresas adicionan a la tarifa entre un 10% y 27% por concepto de IVA, en países como Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Paraguay, Perú y Uruguay que aplican IVA al consumo de energía de sus clientes. En Argentina, Brasil, Costa Rica y Venezuela se aplican porcentajes de IVA diferenciados según se trate del sector residencial, comercial o industrial y en Colombia, Ecuador, Panamá y República Dominicana no se aplica IVA al consumo eléctrico. En relación a las tarifas sociales, los valores más bajos – por ejemplo para 100kWh/mes de consumo – corresponden a Paraguay (17 US\$/MWh), Ecuador (que con la aplicación de la Tarifa Dignidad alcanza un valor de 47 US\$/MWh), y Argentina (con valores desde 36 US\$/MWh a 77 US\$/MWh”).

En Colombia, Ecuador, Panamá y República Dominicana no se aplica IVA al consumo eléctrico.

En la región se destacan las **tarifas sociales o subsidios** a las tarifas residenciales, destinados a los clientes de más bajos recursos, ubicados en zonas marginales o incluidas en planes de asistencia social. Casi en todos los países de la muestra se aplica un mecanismo o el otro, ya sea a través de subsidiar un máximo de consumo o descuentos diferenciales asociados al consumo.

Países como México y Chile no aplican ningún tipo de asistencia social a las tarifas, pero sus tarifas pueden ser similares inclusive a la tarifa social de otros países de la región, con impuestos incluidos.

La diversidad de soluciones y aproximaciones parece ser la única constante en una región rica en recursos y compleja en necesidades de su población, lo cual invita a estudiar cada caso y sus particularidades. Con este objetivo, la CIER ha dispuesto en su **página web de Tarifas Eléctricas** (www.ciertarifas.org) el informe completo al alcance de las empresas que anualmente participen de este proyecto, y que les permite conocer las estructuras tarifarias y costos de manera más completa.

Agradecimientos

El presente documento fue realizado con la colaboración técnica de los señores Wilman Garzón (CODENSA), Fabián Cruz (CODENSA), Jorge Caramés (UTE), Juan Carlos Belza (Área Corporativa de la CIER) y Sra. Virginia Féola (CIER), a quienes agradecemos su labor.

Por consultas: Virginia Féola – CIER
(vfeola@cier.org)

SU EMPRESA PUEDE SER PARTE DE ESTA PUBLICACIÓN

Más de 30 años de experiencia
en la difusión de material informativo y académico

- ✓ Prestigio y confianza
- ✓ Información fiable y oportuna
- ✓ Informes de calidad
- ✓ Al servicio de las empresas del sector
- ✓ Distinguidos colaboradores

+ de 6500
Destinatarios

América Latina, Centro América y El Caribe,
España y Portugal.

De los cuales

+ de 1500

Son contactos gerenciales y de la alta
dirección.

+ de 250

Empresas, organismos y entidades
que son miembros de la CIER.

Solicite el Media Kit con toda la información de nuestra
publicación detallada a jkaufman@cier.org