

ELECTRO ORIENTE S.A.

Informe Presupuesto y Plan Operativo 2015



Iquitos – Perú
Enero 2015

INDICE

I. ASPECTOS GENERALES	3
1.1. NATURALEZA JURÍDICA	3
1.2. OBJETO SOCIAL	3
1.3. ACCIONARIADO	3
1.4. DIRECTORIO	3
1.5. GERENCIAS PRINCIPALES	4
1.6. MARCO REGULATORIO	4
1.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	5
1.8. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	5
1.9. ÁREA DE INFLUENCIA	6
1.10. SOPORTE OPERATIVO	6
1.11. LOGROS	7
A. PRINCIPALES LOGROS ESPERADOS A OBTENER EL AÑO 2015	7
II. LÍNEAS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA	7
2.1. DESCRIPCIÓN DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA	7
2.2. INFORMACIÓN CUANTITATIVA DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO: ESTIMADO 2014, PREVISTO 2015	7
III. PLAN ESTRATÉGICO	9
3.1. MISIÓN	9
3.2. VISIÓN	9
3.3. VALORES	9
3.4. HORIZONTE DEL PLAN ESTRATÉGICO	9
3.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, INDICADORES Y METAS	10
3.6. MAPA ESTRATÉGICO	11
3.7. NIVEL PREVISTO DE CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DE GOBIERNO CORPORATIVO ESTIMADO PARA EL AÑO 2014	12
3.8. NIVEL PREVISTO DE CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DE GOBIERNO CORPORATIVO PARA EL AÑO 2015	13
IV. PLAN OPERATIVO	14
4.1. PLAN OPERATIVO 2014	14
4.2. OBJETIVOS DEL PLAN OPERATIVO 2015	15
4.3. INDICADORES Y METAS DEL PLAN OPERATIVO	17
4.4. RELACIÓN ENTRE LOS OBJETIVOS DEL PLAN OPERATIVO Y LOS OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE ELOR, DE FONAFE Y DEL SECTOR	27
V. PRESUPUESTO	27
5.1. INGRESOS	27
5.2. EGRESOS	30
5.2. INFORMACIÓN ADICIONAL	43



I. Aspectos Generales

1.1. Naturaleza Jurídica

La Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad del Oriente S.A. – Electro Oriente S.A., se constituyó por mandato de la Ley No. 23406, Ley General de Electricidad y la Resolución Ministerial No. 320-83-EM/DGE, del 21 de Diciembre de 1983, inscribiéndose su Estatuto Social mediante Escritura Pública de fecha 28 de Junio de 1984.

Electro Oriente S.A., inicia sus operaciones como persona jurídica de derecho privado el 1° de Julio de 1984, basándose en el balance de transferencia de la Unidad Operativa del Oriente de ELECTROPERU S.A.

Las actividades de Electro Oriente S.A. se sujetan a lo dispuesto en el Decreto Ley No. 25844, Ley de Concesiones Eléctricas y su Reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo No. 009-93-EM, disposiciones modificatorias y complementarias.



1.2. Objeto Social

El objeto de la sociedad es prestar el servicio de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica con el carácter de servicio público o de libre contratación, dentro de su área de concesión



1.3. Accionariado

El Capital Social íntegramente suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2014, asciende a S/. 536'693,830 millones, de propiedad del estado peruano y representado por cuatro clases de Acciones: "A", "B", "C" y "D"; con un valor nominal por acción de S/. 1.00 cada una; los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

Accionista	Cantidad de Acciones	%
- Acciones Clase "A"	191'592,090	35.70
- Acciones Clase "B"	269'967,613	50.30
- Acciones Clase "C"	90,616	0.02
- Acciones Clase "D"	75'043,511	13.98
Total	536'693,830	100.00

1.4. Directorio

La plana Directiva se encuentra compuesta por los siguientes funcionarios:

Funcionarios	Cargo	Acuerdo de Directorio	Fecha Designac.
Vacante	Presidente	-	-
Peña Pajuelo, Simeón R.	Vicepresidente	001-2012/003-FONAFE	26.01.2012
Rengifo Del Castillo, Rafael	Director	008-2010/006-FONAFE	04.07.2010
Funegra Vela, María Luisa	Director	001-2012/003-FONAFE	26.01.2012
Pérez Morón, Alberto Matías	Director	011-2013/004-FONAFE	04.04.2013

1.5. Gerencias Principales

La plana Gerencial de Electro Oriente se encuentra conformado por los siguientes funcionarios:

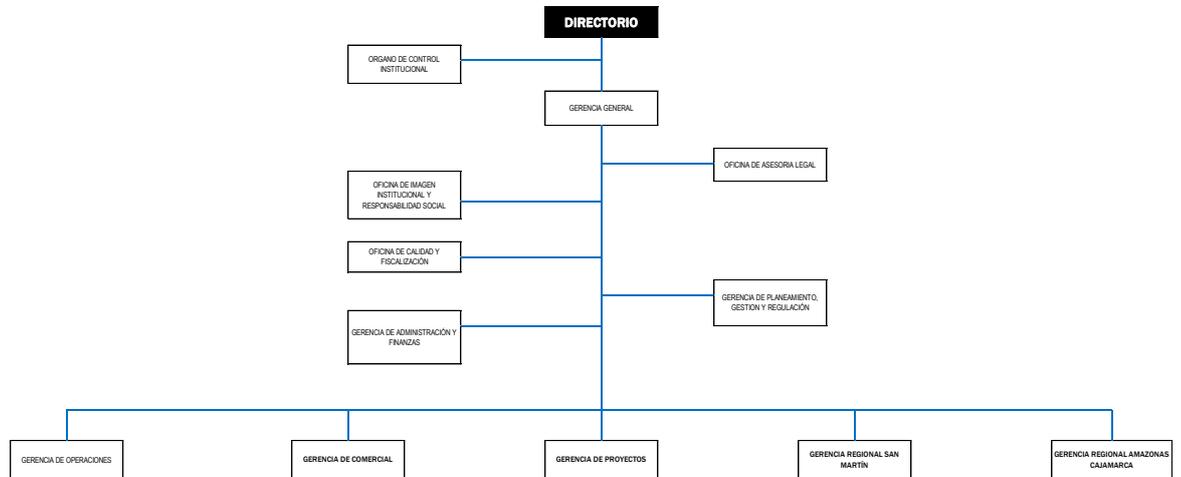
Funcionarios	Cargo	Fecha Designac.
Edgar Venero Pacheco	Gerente General (e)	20.01.2015
Carlos Menéndez Deza	Gerente de Operaciones (e)	20.01.2015
Cristhian Leonardo Melo Rojas	Gerente de Planeamiento, Gestión y Regulación (e)	13.02.2013
Jorge L. Casavilca Rojas	Gerente de Proyectos (e)	01.04.2014
Griselda Gudiel Morales	Gerente de Administración y Finanzas (e)	21.01.2015
Jorge Jáuregui Chinchay	Gerente Comercial (e)	10.10.2013
Nilo Pereira Torres	Gerente Unidad Empresarial San Martín	01.10.2010
Humberto Rojas Cruz	Gerente Regional Amazonas Cajamarca (e)	01.10.2014

1.6. Marco Regulatorio

- Electro Oriente S.A. se constituye por mandato de la Ley General de Electricidad N° 23406 y la Resolución Ministerial N° 320-83-EM/DGE del 21 de diciembre de 1983, inscribiendo su Estatuto Social mediante escritura pública de fecha 25 de junio de 1984, en los Registros Públicos de Loreto en el Tomo 39, Folio 81, partida XIV y Asiento N° 1.
- Inicia sus operaciones como persona jurídica de derecho privado el 01 de julio de 1984, basándose en los activos y pasivos transferidos por la Unidad Operativa del Oriente de Electro Perú S.A.
- Las actividades de Electro Oriente S.A., desde el 06 de noviembre de 1992, se sujetan a lo dispuesto en la Ley de Concesiones Eléctricas N° 25844 y su Reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 009-93-EM y las disposiciones modificatorias y complementarias
- Según Acuerdo de Junta General de Accionistas del 08.08.2014, se aportan las instalaciones del Sistema Eléctrico Aislado Chachapoyas y Sistema Eléctrico Interconectado Bagua – Jaén – San Ignacio, por un capital ascendente a S/. 47'076,173 millones.



1.7. Estructura Organizacional de la Empresa



El 08.08.2014 con Resolución de Dirección Ejecutiva N° 091-2014/DE-FONAFE, se aprobó la incorporación de la Gerencia Regional Amazonas Cajamarca.

1.8. Factores Críticos de Éxito

Capital Humano

Es factor determinante contar con un personal altamente capacitado y motivado, dentro de un clima laboral adecuado.

Liderazgo en todos los Niveles

Es condición necesaria para la implementación de políticas, directivas y procedimientos, así como para la transformación de los procesos productivos y de servicios.

Control de Gestión

El desarrollo de la empresa requiere ser sistemático y bajo un marco de control de gestión, que permita involucrar a todas las áreas en los resultados de la empresa.

Disposición hacia el Cambio e Innovación

Adaptarse a la innovación comprende la adopción de nuevas ideas, procesos y tecnología con el fin de lograr la mejora continua en la empresa.

Fuerte Sentido de Identidad Corporativa

Los integrantes de la organización deben sentirse identificados con la misma, para que a través de elementos de identidad común, generen sólidos lazos de compromiso y pertenencia con su institución.

1.9. Área de Influencia

El área de influencia de Electro Oriente S.A. está constituida por los Departamentos de Loreto, San Martín, Amazonas y Cajamarca (Norte), que suman un área geográfica de 469 577 Km² (36.5% del territorio nacional).



1.10. Soporte Operativo

La potencia instalada al 31.12.2014 fue de 174.12 MW, manteniéndose operativo 76 grupos eléctricos distribuidos en 17 centrales térmicas, 10 centrales hidroeléctricas y 02 centrales mixtas:

Nº	Centrales Eléctricas	Grupos Operativos	POTENCIA	
			Instalada (MW)	Efectiva (MW)
Unidad Operativa Loreto		39	103.10	74.63
1	C.T. Iquitos Diesel	10	22.00	12.80
2	C.T. Iquitos Residual	8	71.44	54.40
3	C.T. Caballococha	4	2.12	1.96
4	C.T. Estrecho	2	0.50	0.44
5	C.T. Requena	3	2.05	1.16
6	C.T. Contamana	3	1.65	1.31
7	C.T. Nauta	3	1.56	1.04
8	C.T. Tamshiyacu	3	1.16	0.99
9	C.T. Gran Peru	1	0.04	0.03
10	C.T. Indiana	2	0.59	0.50
Unidad Operativa San Martín		12	45.77	27.70
9	C.H. Gera	3	9.10	8.60
10	C.T. Tarapoto	2	21.70	12.40
11	C.T. Moyobamba	2	9.86	3.20
12	C.T. Yurimaguas	5	5.10	3.50
Unidad Operativa Amazonas-Cajamarca		25	25.26	22.36
13	C.H. Caclic	4	5.01	4.60
14	C.H. El Muyo	2	5.67	5.20
15	C.H. La Pelota	2	3.18	2.90
16	C.H. Lonya Grande	2	0.38	0.36
17	C.H. Quanda	2	2.88	2.80

18	C.H. Nuevo Seasme	1	0.52	0.42
19	C.H. Pomahuaca	1	0.16	0.10
20	C.H. Pucará	2	0.40	0.36
21	C.T. Pucará	1	0.45	0.40
22	C.H. Tabaconas	2	0.12	0.10
23	C.T. Tabaconas	1	0.13	0.10
24	C.T. Juan Velazco Alvarado	1	0.28	0.22
25	C.T. Chachapoyas_Elor	4	6.08	4.80
Electro Oriente S.A.		76	174.12	124.69

(*) La Central eléctrica de Yurimaguas se encuentra en el departamento de Loreto; sin embargo, se integra a la administración de San Martín por su cercanía geográfica.

1.11. Logros

a. Principales logros esperados a obtener el año 2015

- Consolidar y confirmar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008; así como ampliar su alcance para los Servicios Eléctricos Loreto y a las Unidades de Negocio Jaén y Chachapoyas.
- Implementar y certificar en Sistemas Integrados de Gestión, bajo los estándares de la Norma ISO 9001:2008, 14001:2004 y OHSAS 18001:2007.
- Puesta en funcionamiento del Sistema Informático Integrado ERP SAP, Sistema Georeferenciado GIS Electric Office y Sistema Comercial OPTIMUS NGC a nivel empresarial.

II. Líneas de Negocio de la Empresa

2.1. Descripción de las Líneas de Negocio de la Empresa

La actividad principal de Electro Oriente S.A. es prestar el servicio de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica con el carácter de servicio público y de libre contratación dentro de su área de concesión.

2.2. Información cuantitativa de las líneas de negocio: Estimado 2014, Previsto 2015

Descripción	Número de Clientes (Número)	
	Real 2014	Previsto 2015
Cientes MT	1,453	1,509
Cientes BT	364,242	408,888
Cientes Barra MT	2	2
Cientes Libres	1	1
Total de Clientes	365,698	410,400
Crecimiento %	49.16%	10.89%

Venta de Energía Eléctrica		
(MWh)		
Descripción	Real 2014	Previsto 2015
MT	175,238	210,022
BT	368,971	443,855
Barra MT	73,913	22,539
Libres	38,311	42,101
Total	656,433	718,517
Crecimiento %	9.20%	8.64%

Evolución de la venta de energía eléctrica regulado y barra MT		
(MWh)		
Descripción	Real 2014	Previsto 2015
Iquitos	255,942	268,356
Indiana	506	568
Requena	4,680	4,601
Caballococha	4,167	4,903
Nauta	3,914	3,880
Contamana	4,078	4,569
Tamshiyacu	903	917
Fotovoltaico	83	412
16 localidades	-	1,729
TOTAL LORETO	274,273	289,935
Tarapoto	96,188	104,858
Moyobamba	51,348	59,778
Bellabista	50,968	59,344
Yurimaguas	23,902	25,318
TOTAL SAN MARTÍN	222,406	249,298
Jaén	37,478	91,303
Chachapoyas	10,052	23,341
TOTAL AMAZONAS CAJAMARCA	47,530	114,644
Total Regulado	544,209	653,877
Cemento Selva (San Martín)	38,311	42,101
SERSA (San Martín)	9,084	7,951
ELN (Amazonas Cajamarca)	51,343	-
EMSEU (Amazonas cajamarca)	13,486	14,588
Total Barra Media Tensión	73,913	64,640
TOTAL GENERAL	656,433	718,517
Crecimiento %	9.20%	8.64%

III. Plan Estratégico

3.1. Misión

Incrementar la satisfacción de nuestros clientes mediante la calidad del servicio, la seguridad, la tecnología y el capital humano innovador, para la creación de valor y el desarrollo sostenible en el ámbito de influencia.

3.2. Visión

Ser modelo de empresa moderna, eficiente y responsable en el sector energía.

3.3. Valores

El capital humano de Electro Oriente S.A. cree y se identifica con los valores empresariales de:

Honestidad

Actuar respetando la ley, sin incurrir en actos deshonestos o de dudosa negociación, respetando el derecho de los demás y evitando sacar ventaja de nuestra posición empresarial.

Responsabilidad

Propiciar el cumplimiento responsable, buscando la seguridad e idoneidad en el desempeño de las labores, cuidando la vida y la salud de las personas y el buen uso de los recursos que disponemos.

Respeto

Actuar en armonía con las personas y el medio ambiente.

Puntualidad

Respeto por el tiempo de los demás, cumpliendo con los plazos establecidos.

Perseverancia

Constancia, dedicación y firmeza en la consecución de propósitos y metas.

3.4. Horizonte del Plan Estratégico

En la búsqueda de la mejora continua, Electro Oriente S.A. ha realizado el esfuerzo de revisar su plan estratégico con la activa participación del Directorio, la Alta Dirección, las Jefaturas y el personal de la empresa. Como resultado de este trabajo, se ha presentado el Plan Estratégico de Electro Oriente S.A. para el período 2013-2017, que cuenta con cuatro Objetivos Estratégicos Generales y 11 Objetivos Específicos, desarrolladas y controladas con la metodología del *Balanced Scorecard* en sus perspectivas: Financiera, Clientes y Grupos de Interés, Procesos Internos y Aprendizaje.

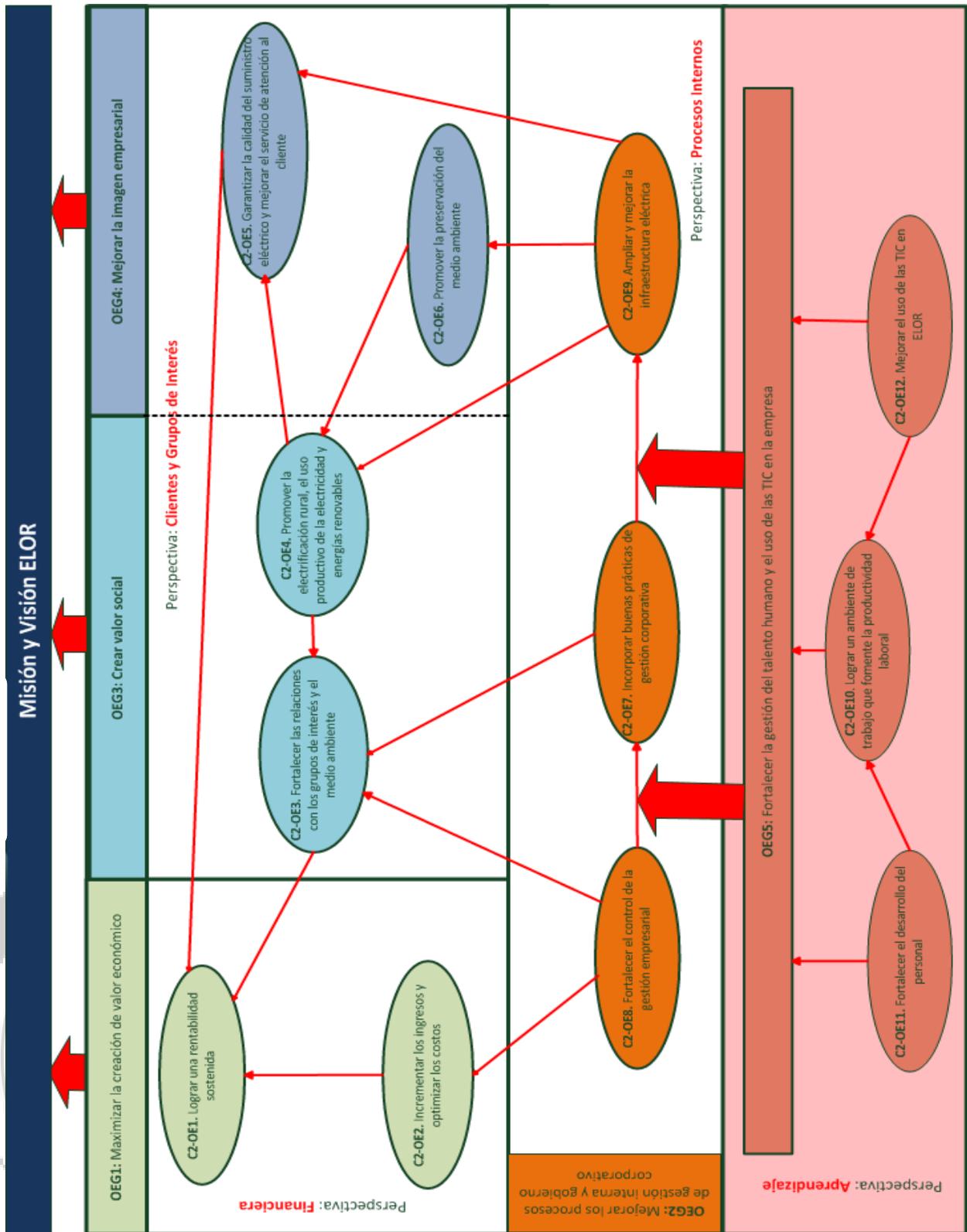


3.5. Objetivos Estratégicos, Indicadores y Metas

El siguiente cuadro muestra la estructura de los Objetivos Estratégicos Generales y Específicos:

Perspectiva	Objetivos Estratégicos Generales ELOR	Objetivos Estratégicos Específicos ELOR
Financiera.	OEG 1. Maximizar la creación de valor económico.	C2-OE1. Lograr una rentabilidad sostenida.
		C2-OE2. Incrementar los ingresos y optimizar los costos.
Clientes y Grupos de Interés.	OEG 3. Crear Valor Social.	C2-OE3. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés y el medio ambiente.
		C2-OE4. Promover la electrificación rural, el uso productivo de la electricidad y energías renovables.
	OEG 4. Mejorar la imagen empresarial.	C2-OE5. Garantizar la calidad del suministro eléctrico y mejorar el servicio de atención al cliente.
		C2-OE6. Promover la preservación del medio ambiente.
Procesos Internos.	OEG 2. Mejorar los procesos de gestión interna y gobierno corporativo.	C2-OE7. Incorporar buenas prácticas de gestión corporativa.
		C2-OE8. Fortalecer el control de la gestión empresarial.
		C2-OE9. Ampliar y mejorar la infraestructura eléctrica.
Aprendizaje.	OEG 5. Fortalecer la gestión del talento humano y el uso de las TIC en la empresa.	C2-OE10. Lograr un ambiente de trabajo que fomente la productividad laboral.
		C2-OE11. Fortalecer el desarrollo del personal.
		C2-OE12. Mejorar el uso de las TIC en ELOR.

3.6. Mapa estratégico



3.7. Nivel Previsto de Cumplimiento de los Principios de Gobierno Corporativo Estimado para el Año 2014

Los 34 principios del Gobierno Corporativo, son los siguientes:

- PRINCIPIO N°: 01: Objetivos de la EPE
- PRINCIPIO N°: 02: Solución de conflictos
- PRINCIPIO N°: 03: Endeudamiento de EPE
- PRINCIPIO N°: 04: Cumplimiento de obligaciones y compromisos
- PRINCIPIO N°: 05: Junta General y otra forma de participación de los accionistas
- PRINCIPIO N°: 06: Manual de Junta de Accionistas
- PRINCIPIO N°: 07: Elección del Presidente del Directorio
- PRINCIPIO N°: 08: Participación en la Junta General de Accionistas
- PRINCIPIO N°: 09: Registro de la titularidad de las acciones
- PRINCIPIO N°: 10: Políticas sobre aplicación de utilidades
- PRINCIPIO N°: 11: Tipos de acciones y derechos de votos
- PRINCIPIO N°: 12: Tratamiento equitativo de accionistas minoritarios
- PRINCIPIO N°: 13: Transferencia de propiedad
- PRINCIPIO N°: 14: Participación del estado en el accionariado
- PRINCIPIO N°: 15: Mecanismos de designación de directores
- PRINCIPIO N°: 16: Política relativa a la independencia de los directores
- PRINCIPIO N°: 17: Funciones y responsabilidades del directorio y los directores
- PRINCIPIO N°: 18: Comunicación con grupos de interés
- PRINCIPIO N°: 19: Conformación de comités especiales
- PRINCIPIO N°: 20: Mecanismos de designación de gerentes
- PRINCIPIO N°: 21: Funciones y responsabilidades de la gerencia
- PRINCIPIO N°: 22: Canales de comunicación e interacción entre el Directorio y la Gerencia
- PRINCIPIO N°: 23: Mecanismos de evaluación del Directorio y de la Gerencia
- PRINCIPIO N°: 24: Plan de Continuidad del Negocio
- PRINCIPIO N°: 25: Reportes del directorio sobre gobierno corporativo
- PRINCIPIO N°: 26: Políticas de retribución y remuneración del Directorio y la Gerencia
- PRINCIPIO N°: 27: Sistema efectivo de análisis de riesgo
- PRINCIPIO N°: 28: Código de ética
- PRINCIPIO N°: 29: Política de información
- PRINCIPIO N°: 30: Mecanismos de información
- PRINCIPIO N°: 31: Estándares contables de la información financiera
- PRINCIPIO N°: 32: Políticas sobre auditorías
- PRINCIPIO N°: 33: Estructura de propiedad y administración de la EPE
- PRINCIPIO N°: 34: Participación de agentes externos de información

De los 34 principios que integran el Código Marco de Gobierno Corporativo, indicados líneas arriba, existen doce (12) principios sobre los cuales FONAFE ha comunicado que alcanzarán los lineamientos en el 2015.

Asimismo, se ha evaluado que tres (03) principios no son aplicables a ELOR.

En ese sentido, la implementación durante el 2014 ha sido concebido para un total de 19 principios, de los cuales siete (7) principios, al 31.12.2014 se encuentran implementados:

Principio 1 – Objetivos de la EPE
Principio 7 – Elección del Presidente del Directorio
Principio 8 – Participación en la Junta General de Accionistas
Principio 9 – Registro de la titularidad de las acciones
Principio 13 – Transferencia de propiedad
Principio 14 – Participación del Estado en el accionariado
Principio 22 – Canales de comunicación e interacción entre el Directorio y la Gerencia

Los doce (12) principios restantes, actualmente se encuentra en proceso de implementación.

De lo expresado, en el año 2014, se obtuvo un nivel de cumplimiento o madurez de tres (3), siendo el nivel de madurez total de cuatro (4).

3.8. Nivel Previsto de Cumplimiento de los Principios de Gobierno Corporativo para el Año 2015

Para el año 2015, está previsto culminar con el 100% de actividades de implementación de los Principios de Gobierno Corporativo, con la finalidad de conseguir el nivel de madurez cuatro (4).

Una vez se culmine con la implementación total, las acciones estarán referidas al seguimiento y mejora continua del cumplimiento estricto de los 34 principios que integran el Código de Buen Gobierno Corporativo (CBGC)

IV. Plan Operativo

4.1. Plan Operativo 2014

INDICADOR	N°	Tipo	Unid.	Real				Meta 2014	% Cumpi.
				2011	2012	2013	2014		
FINANCIERA									
OEG 1. Maximizar la creación de valor económico.									
C2-OE1. Lograr una rentabilidad sostenida.									
Rentabilidad Patrimonial (ROE)	1	CI	%	0.74	1.87	0.97	3.47	2.60	100.00%
Rentabilidad Operativa (ROA)	2	CI	%	1.16	2.57	1.49	3.94	3.33	100.00%
Margen de Ventas	3	CI	%	1.38	2.90	1.65	4.93	3.75	100.00%
C2-OE2. Incrementar los ingresos y optimizar los costos.									
Rotación de Activos	4	CI	%	42.73	42.23	40.27	39.69	39.31	100.00%
Incremento de la Venta de Energía a Clientes	5	CI	%	6.66	8.57	8.92	9.20	9.58	96.03%
Pérdidas de Energía Totales	6	CR	%	9.24	8.69	9.03	10.03	9.01	89.83%
CLIENTES Y GRUPOS DE INTERÉS									
OEG 3. Impulsar la creación de valor social.									
C2-OE3. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés y el medio ambiente.									
Implementación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial	7	CI	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	100.00%
Percepción del alcance de la misión social de ELOR	8	CI	%	S/I	S/I	23.20	23.20	23.20	100.00%
C2-OE4. Promover la electrificación rural, el uso productivo de la electricidad y energías renovables.									
Número de Usuarios Incorporados por Electrificación Rural	9	CI	%	S/I	S/I	S/I	7,421	7,706	96.30%
OEG 4. Mejorar la imagen empresarial.									
C2-OE5. Garantizar la calidad del suministro eléctrico y mejorar el servicio de atención al cliente.									
Índice de Satisfacción de los Usuarios con el servicio de Energía Eléctrica.	10	CI	%	S/I	S/I	31.40	31.40	31.40	100.00%
C2-OE6. Promover la preservación del medio ambiente.									
Descarte de Presencia de Bifenilos Policlorados - PCB	11	CI	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	100.00%
PROCESOS INTERNOS									
OEG 2. Mejorar los procesos de gestión interna y gobierno corporativo.									
C2-OE7. Incorporar buenas prácticas de gestión corporativa.									
Implementación del Código de Buen Gobierno Corporativo	12	CI	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	100.00%
C2-OE8. Fortalecer el control de la gestión empresarial.									
Implementación del Sistema de Control Interno	13	CI	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	100.00%
C2-OE9. Ampliar y mejorar la infraestructura eléctrica.									
Duración Promedio de Interrupciones del Sistema (SAID)	14	CR	Horas	67.01	47.01	37.99	33.25	43.92	100.00%
Frecuencia Promedio de Interrupciones del Sistema (SAIF)	15	CR	Veces	47.22	35.40	28.59	24.26	29.74	100.00%
APRENDIZAJE									
OEG 5. Fortalecer la gestión del talento humano y el uso de las TIC en la empresa.									
C2-OE10. Lograr un ambiente de trabajo que fomente la productividad laboral.									
Clima Laboral	16	CI	%	S/I	S/I	58	58.00	58.00	100.00%
C2-OE11. Fortalecer el desarrollo del personal. / C2-OE12. Mejorar el uso de las TIC en ELOR.									
Mejora de Competencias	17	CI	%	S/I	S/I	100.00	94.44	100.00	94.44%
									98.62%
CI: Continuo de Incremento CR: Continuo de Reducción S/I: Sin Información NOTA: Todos los indicadores tienen la misma ponderación.									

4.2. Objetivos del Plan Operativo 2015

Electro Oriente S.A. se propone llevar adelante su Misión y buscar el logro de su Visión, mediante la consecución de los siguientes objetivos estratégicos específicos:

C2-OE1. Lograr una rentabilidad sostenida.

Para lograr una rentabilidad sostenida, nuestras actividades se realizarán bajo una gestión empresarial que priorice el beneficio frente a los costos.

C2-OE2. Incrementar los ingresos y optimizar los costos.

Establecer actividades estratégicas para la captación de nuevos clientes en todas nuestras unidades de negocio, con el fin de incrementar las ventas a los usuarios finales. Del mismo modo, se establecerán normas de racionalidad, austeridad, eficiencia, eficacia y transparencia, considerando medidas adecuadas que no afecten nuestra calidad en el servicio.

C2-OE3. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés y el medio ambiente.

Compromiso de la empresa con la sociedad y el medio ambiente, aplicando el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, con el objetivo de elevar a la empresa a un crecimiento sostenible, enfocados a la responsabilidad social y ambiental.

Lograr el posicionamiento en la población y en las entidades relacionadas como un objetivo principal a fin de satisfacer la necesidad principal de nuestros clientes. Implantar una sólida cultura empresarial, en la que el trabajador se identifique plenamente con la empresa para crear confianza ante nuestros clientes

C2-OE4. Promover la electrificación rural, el uso productivo de la electricidad y energías renovables.

Establecer alianzas para el desarrollo social a través del uso de la electricidad en actividades productivas.

C2-OE5. Garantizar la calidad del suministro eléctrico y mejorar el servicio de atención al cliente.

Mejorar la atención y los servicios a los usuarios de nuestra empresa, a través de centros de recaudación de servicios múltiples y servicios complementarios.

C2-OE6. Promover la preservación del medio ambiente.

Implementar el Programa de Responsabilidad Social Empresarial como requisito para lograr la visión de la empresa y en armonía con el medio ambiente.

C2-OE7. Incorporar buenas prácticas de gestión corporativa.

Lograr la implantación del Código Marco de Buen Gobierno Corporativo y del Sistema de Control Interno como hitos en pro de la certificación de la empresa a los estándares internacionales. Del mismo modo, elaborar programas para reducir la duración y las frecuencias en las interrupciones de suministro de energía a nuestros clientes.

C2-OE8. Fortalecer el control de la gestión empresarial.

Lograr la implantación de la metodología para la medición de eficiencia y eficacia para nuestra empresa. Implementación, seguimiento y monitoreo del Sistema de Control Interno.



C2-OE9. Ampliar y mejorar la infraestructura eléctrica.

Desarrolla e implementar proyectos que permitan ampliar y mejorar nuestra infraestructura, con la finalidad de reducir la frecuencia y duración de las interrupciones.

C2-OE10. Lograr un ambiente de trabajo que fomente la productividad laboral.

Desarrolla e implementar un plan para lograr y mejorar el clima laboral que fomente su productividad.

C2-OE11. Fortalecer el desarrollo del personal.

Implementar planes de acción de gestión del talento humano y el fortalecimiento de la cultura empresarial.

Implantar una sólida cultura empresarial, propiciando actividades de desarrollo personal, para aumentar la confianza y la comunicación entre los trabajadores.

C2-OE12. Mejorar el uso de las TIC en ELOR.

Desarrollar e implementar el portafolio de proyectos TIC.



4.3. Indicadores y Metas del Plan Operativo 2015

A continuación se presenta la evolución de nuestros indicadores y metas: Real 2011 al 2013, Estimado 2014 y Proyectado 2015:

PLAN OPERATIVO 2015

INDICADOR	TIPO	Unidad	Real			Real 2014	Proyectado 2015	Forma de cálculo	
			2011	2012	2013				
FINANCIERA									
OEG 1. Maximizar la creación de valor económico									
C2-OE1. Lograr una rentabilidad sostenida.									
Rentabilidad Patrimonial (ROE)	1	Cl	%	0.74	1.87	0.97	3.47	3.21	(Ganancia o Pérdida Neta del Ejercicio / Total Patrimonio al Cierre del Ejercicio Anterior) x 100
Rentabilidad Operativa (ROA)	2	Cl	%	1.16	2.57	1.49	3.94	4.14	(Ganancia o Pérdida Operativa / Total Pasivo al Cierre del Año Anterior) x 100
Liquidez Ácida	3	Cl	%	-	-	-	68.12	30.60	(Total Activo Corriente - Inventarios / Total Pasivo Corriente) x 100
Margen de Ventas	4	Cl	%	1.38	2.90	1.65	4.93	4.73	(Ganancia o Pérdida) Neta del Ejercicio / Total de Ingresos de Actividades Ordinarias del Ejercicio) x 100
C2-OE2. Incrementar los ingresos y optimizar los costos.									
Rotación de Activos	5	Cl	%	42.73	42.23	40.27	39.69	50.35	(Total de Ingresos de Actividades Ordinarias del Ejercicio / Total Activos del Ejercicio) x 100
Reducción de Inventarios	6	Cl	%	-	-	-	45.52	6.44	(Inventarios del Ejercicio / Inventarios del mismo periodo del Ejercicio anterior - 1) x 100
Incremento de la Venta de Energía a Clientes	7	Cl	%	6.66	8.57	8.92	9.20	8.81	(Venta de Energía en MWh del Ejercicio / Venta de Energía en MWh del Ejercicio anterior - 1) x 100
Pérdidas de Energía Totales	8	CR	%	9.24	8.69	9.03	10.03	9.21	((Energía Total Entregada - Energía Vendida) / (Energía Total Entregada)) x 100
CLIENTES Y GRUPOS DE INTERÉS									
OEG 3. Impulsar la creación de valor social.									
C2-OE3. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés y el medio ambiente.									
Implementación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial	9	Cl	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	(Número de Actividades Implementadas / Número de Actividades Programadas) x 100
Percepción del alcance de la misión social de la empresa	10	Cl	%	S/I	S/I	23.20	23.20	27.00	(Número de Clientes con Buena Percepción de la Empresa / Número de Clientes Encuestados) x 100
C2-OE4. Promover la electrificación Rural, el uso productivo de la electricidad y energías renovables									
Número de usuarios incorporados por electrificación rural	11	Cl	Nº	S/I	S/I	S/I	7,421.00	6,633.00	Número de Usuarios Incorporados por Electrificación Rural
OEG 4. Mejorar la imagen empresarial.									
C2-OE5. Garantizar la calidad del suministro eléctrico y mejorar el servicio de atención al cliente.									
Índice de satisfacción de los usuarios con el servicio de energía eléctrica	12	Cl	%	S/I	S/I	31.40	31.40	34.00	(Número de Clientes Satisfechos / Número de Clientes Encuestados) x 100
Gestión de reclamos	13	CR	%	S/I	S/I	S/I	0.84	0.67	((Σ Reclamos presentados) / (Σ Clientes)) x 100
C2-OE6. Promover la preservación del medio ambiente.									
Descarte de presencia de bifenilos policlorados - PCB	14	Cl	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	(Cantidad de Transformadores Analizados / Cantidad de Transformadores Programados) x 100
PROCESOS INTERNOS									
OEG 2. Mejorar los procesos de gestión interna y gobierno corporativo.									
C2-OE7. Incorporar buenas practicas de gestión corporativa.									
Implementación del Código Marco de Buen Gobierno Corporativo	15	Cl	%	S/I	S/I	100	100	100	(Numeros de Actividades Implementadas/ Numeros de Actividades Programadas) x 100
C2-OE8. Fortalecer el control de la gestión empresarial.									
Implementación del Sistema de Control Interno	16	Cl	%	S/I	S/I	100	100	100	(Numeros de Actividades Implementadas/ Numeros de Actividades Programadas) x 100
C2-OE9. Ampliar y mejorar la infraestructura eléctrica.									
Duración Promedio de Interrupciones del Sistema (SAIDI)	17	CR	Horas	67.01	47.01	37.99	33.25	24.30	(Σ (Usuarios Afectados X Duración de la Interrupción en Horas) / Total Usuarios)
Frecuencia Promedio de Interrupciones del Sistema (SAIFI)	18	CR	Veces	47.22	35.40	28.59	24.26	16.20	(Σ (Usuarios Afectados X Número de Interrupciones) / Total Usuarios)
APRENDISAJE									
OEG 5. Fortalecer la gestión del talento humano y el uso de las TIC en la empresa									
C2-OE10. Lograr un ambiente de trabajo que fomente la productividad laboral									
Clima Laboral	19	Cl	P.D.	S/I	S/I	58	-	55.00	% de Satisfacción Laboral en Base a Estudios Realizado.
C2-OE11. Lograr un ambiente de trabajo que fomente la productividad laboral									
Inversión en capacitación	20	Cl	%	S/I	S/I	S/I	0.03	0.05	(Inversión en Capacitación de Colaboradores / Ingresos de Actividades ordinarias del Ejercicio) x 100
Mejora de Competencias	21	Cl	%	S/I	S/I	100.00	100.00	100.00	Curso Inhouse Realizados para Mejorar Competencias / Cursos Inhouse Programados X100

Cl: Continuo de incremento.
CR: Continuo de reducción



Indicador N° 1. Rentabilidad Patrimonial (ROE)

Indicador de Incremento.

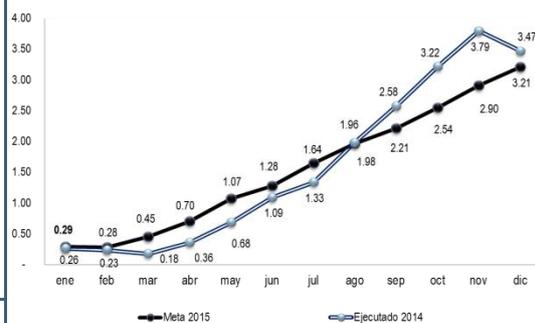
Este indicador nos muestra el rendimiento porcentual de la Utilidad (Pérdida) de la gestión actual en base al patrimonio de la empresa.

Un resultado positivo muestra la fortaleza de la empresa, respecto a su patrimonio y el incremento potencial del mismo al cierre del ejercicio.

Fórmula:

$$ROE = \left[\frac{\text{Utilidad o Pérdida Neta}}{\text{Total Patrimonio al cierre del año anterior}} \right] * 100$$

Mes	Utilidad o Pérdida Neta	Total Patrimonio al cierre del año anterior	Meta 2015
ene	2,088,718	711,661,133	0.29
feb	2,014,258	711,661,133	0.28
mar	3,209,419	711,661,133	0.45
abr	4,995,762	711,661,133	0.70
may	7,634,097	711,661,133	1.07
jun	9,111,920	711,661,133	1.28
jul	11,687,947	711,661,133	1.64
ago	13,956,383	711,661,133	1.96
sep	15,724,775	711,661,133	2.21
oct	18,092,773	711,661,133	2.54
nov	20,658,432	711,661,133	2.90
dic	22,860,835	711,661,133	3.21
			3.21



Al terminar el 2015 se estima tener una rentabilidad alrededor de los 3.21%, con una utilidad neta de S/. 22.86 millones y un patrimonio ascendente a S/. 711.66 millones.

Indicador N° 2. Rentabilidad Operativa (ROA)

Indicador de Incremento.

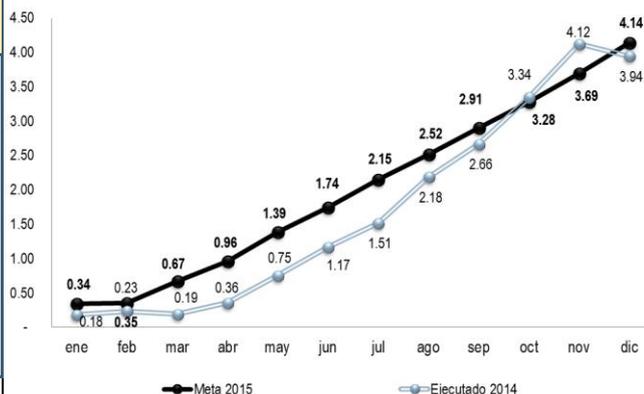
Este indicador nos muestra el rendimiento de los activos de la empresa.

Un resultado positivo muestra la gestión operativa de la empresa, utilizando los activos para obtener mayores utilidades.

Fórmula:

$$ROA = \left[\frac{\text{Utilidad o Pérdida Operativa}}{\text{Total Activo al cierre del año anterior}} \right] * 100$$

Mes	Utilidad o Pérdida Operativa	Total de activos al cierre del año anterior	Meta 2015
ene	3,164,249	935,405,894	0.34
feb	3,311,800	935,405,894	0.35
mar	6,289,371	935,405,894	0.67
abr	9,015,370	935,405,894	0.96
may	12,994,631	935,405,894	1.39
jun	16,292,610	935,405,894	1.74
jul	20,140,367	935,405,894	2.15
ago	23,546,570	935,405,894	2.52
sep	27,182,181	935,405,894	2.91
oct	30,681,447	935,405,894	3.28
nov	34,545,609	935,405,894	3.69
dic	38,709,333	935,405,894	4.14
			4.14



Al 31.12.2015 la rentabilidad operativa estimada asciende a 4.14%, para ello, se debe conseguir una utilidad operativa de 38.71 millones frente a un total activo al cierre del año anterior de 935.41 millones

Indicador N° 3. Liquidez Ácida

Indicador de incremento

Este indicador nos muestra la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, sin tocar los inventarios.

Fórmula:

$$\text{Liquidez Ácida} = \frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventario})}{\text{Pasivo Corriente}} * 100$$

Mes	Activ. Corriente	Pasivo Corriente	Inventario	Meta	2015
ene	135,364	132,163	73,441		46.85
feb	134,015	132,777	74,910		44.51
mar	134,635	136,249	76,408		42.74
abr	134,330	136,154	77,936		41.42
may	134,586	135,362	79,495		40.70
jun	132,974	136,034	81,085		38.14
jul	132,320	133,631	81,896		37.73
ago	136,058	138,675	82,715		38.47
sep	134,943	139,065	83,542		36.96
oct	134,447	149,281	84,377		33.54
nov	133,282	145,817	85,221		32.96
dic	132,607	152,087	86,073		30.60
					30.60

Para el 2015, se espera tener una liquidez ácida equivalente a 30.60% menor en 22.16% con respecto a la liquidez ácida del año 2014.

Indicador N° 4. Margen de Ventas

Indicador de Incremento.

Este indicador nos muestra el rendimiento porcentual de la Utilidad (Pérdida) de la gestión actual en base a los ingresos de la actividad ordinaria del ejercicio.

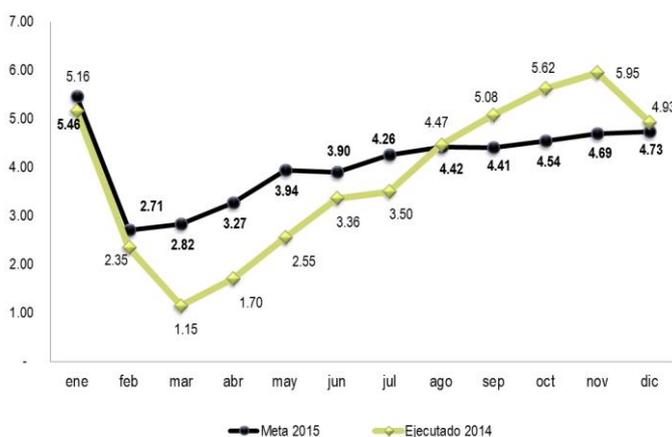
Un resultado positivo muestra la fortaleza de la empresa, respecto a los ingresos ordinarios obtenidos en el ejercicio.

Fórmula:

$$\text{Margen Ventas} = \left[\frac{\text{Utilidad o Pérdida Neta}}{\text{Total Ingresos Actividades Ordinarias del ejercicio anterior}} * 100 \right]$$



Mes	Ganancia o Pérdida del Ejercicio	Ingresos Por Actividades Ordinarias	Meta 2015
ene	2,088,718	74,248,480	5.46
feb	2,014,258	113,610,053	2.71
mar	3,209,419	152,705,520	2.82
abr	4,995,762	193,583,248	3.27
may	7,634,097	233,570,293	3.94
jun	9,111,920	274,417,218	3.90
jul	11,687,947	315,485,872	4.26
ago	13,956,383	356,668,406	3.90
sep	15,724,775	398,591,286	4.42
oct	18,092,773	440,491,191	4.41
nov	20,658,432	482,998,527	4.54
dic	22,860,835	422,702,151	4.69
			4.73



Para el 2015, se espera tener un margen de ventas equivalente a 4.73% y con total de ingresos ordinarios ascendente a 422.70 millones.



Indicador N° 5. Rotación de Activos

Indicador de Incremento.

La rotación de activos es uno de los indicadores financieros que le dicen a la empresa que tan eficiente está siendo con la administración y gestión de sus activos.

Conocer el nivel de rotación de los activos, nos permite identificar falencias e implementar mejoras conducentes a maximizar la utilización de los recursos de la empresa.

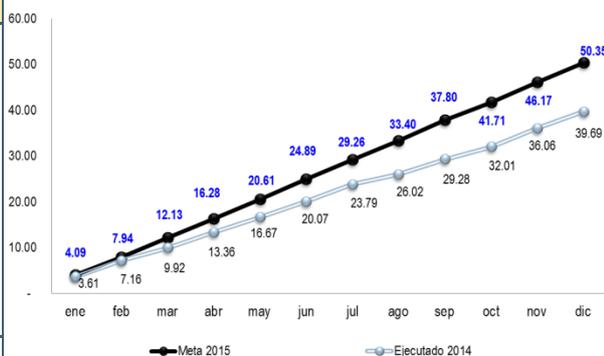
Un resultado positivo muestra la fortaleza de la empresa, respecto a los ingresos ordinarios obtenidos en el ejercicio.

Fórmula:

$$\text{Rotación Activos} = \left[\frac{\text{Total de Ingresos Ordinarios}}{\text{Total de Activos del ejercicio}} \right] * 100$$



Mes	Total de Ingresos Ordinarios del Ejercicio	Total Activos del Ejercicio	Meta 2015
ene	38,267,536	935,305,325	4.09
feb	74,248,480	935,301,773	7.94
mar	113,610,053	936,983,548	12.13
abr	152,705,520	938,137,977	16.28
may	193,583,248	939,449,669	20.61
jun	233,570,293	938,280,948	24.89
jul	274,417,218	937,923,958	29.26
ago	315,485,872	944,708,061	33.40
sep	356,668,406	943,515,296	37.80
oct	398,591,286	965,574,893	41.71
nov	440,491,191	954,152,490	46.17
dic	482,998,527	959,226,166	50.35
			50.35



La rotación de activos estimada para el 2015 asciende a 50.35%, siendo el total de ingresos ordinarios (ventas netas) de 483.00 millones y el total de activos del ejercicio de 959.23 millones.

Indicador N° 6. Reducción de Inventarios.

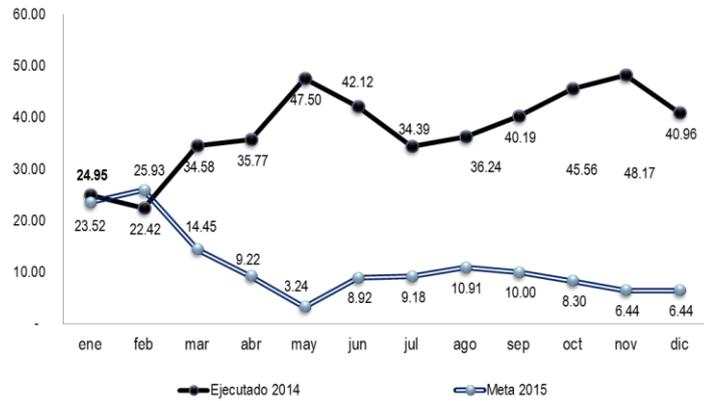
Indicador de Reducción.

Mide el incremento de los inventarios de un periodo, en un determinado año, con respecto a los inventarios del mismo momento del año anterior.

Un resultado positivo muestra el crecimiento comercial.

$$\text{Reducción de inventarios} = \left[\frac{\text{Inventarios del ejercicio}}{\text{Inventarios del ejercicio anterior}} \right] * 100$$

Mes	Inventarios del ejercicio	Inventarios del ejercicio anterior	Meta	2015
ene	65,388,177	52,939,227		23.52
feb	66,695,941	52,963,423		25.93
mar	68,029,859	59,438,994		14.45
abr	69,390,457	63,531,547		9.22
may	70,778,266	68,557,671		3.24
jun	72,193,831	66,279,163		8.92
jul	72,915,769	66,784,300		9.18
ago	73,644,927	66,400,920		10.91
sep	74,381,376	67,618,175		10.00
oct	75,125,190	69,364,927		8.30
nov	75,876,442	71,288,266		6.44
dic	76,635,206	72,001,149		6.44
				6.44



Para el 2015, se espera tener una reducción de inventarios equivalente a 6.44%.

Indicador N° 7. Incremento de la Venta de Energía a Clientes

Indicador de Incremento.

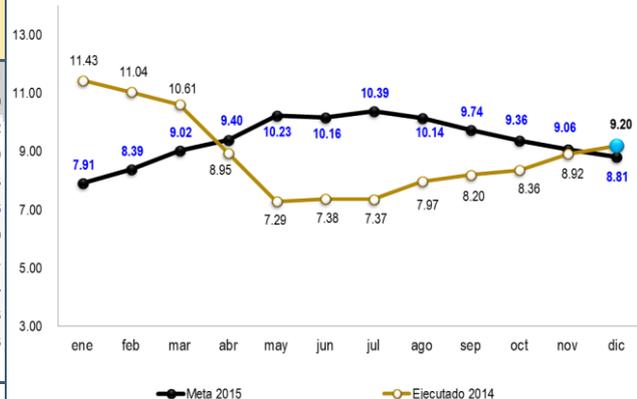
Mide el incremento de la venta de energía a los clientes finales con respecto al año anterior

Un resultado positivo muestra el crecimiento comercial.

Fórmula:

$$\text{Incremento Venta} = \left[\frac{\text{Venta de Energía del Ejercicio}}{\text{Venta de Energía del Ejercicio anterior}} - 1 \right] * 100$$

Mes	Venta de Energía año anterior (MWh)	Venta de Energía (MWh)	Meta	2015
ene	53,380	57,602		7.91
feb	101,866	110,413		8.39
mar	154,680	168,629		9.02
abr	206,551	225,958		9.40
may	259,619	286,186		8.95
jun	313,251	345,072		10.16
jul	367,206	405,344		10.39
ago	423,792	466,781		10.14
sep	481,867	528,781		9.74
oct	542,188	592,953		9.36
nov	600,839	655,284		9.06
dic	660,361	718,517		8.81
				8.81



Para el 2015 se espera obtener un incremento en la venta de energía a clientes finales de 8.81% respecto a lo obtenido en el periodo 2014, que fue de 9,20 puntos porcentuales.

Indicador N° 8. Pérdidas de Energía Totales

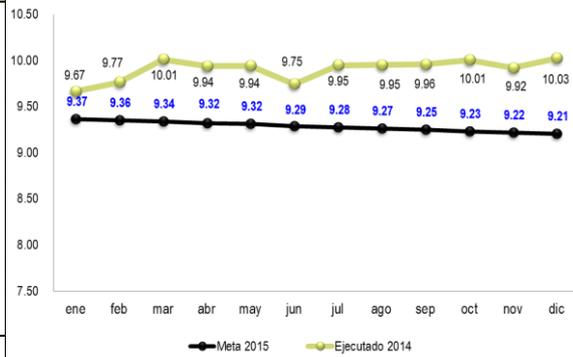
Indicador de Reducción.

Mide el volumen de energía que es distribuida y no facturada.

Fórmula:

$$\text{IPE} = \left[\frac{(\text{kW.h Distribuidos} - \text{kW.h Vendidos})}{\text{kW.h Distribuidos}} \right] * 100$$

Mes	Energía Entregada (MWh)	Energía Vendida (MWh)	Meta 2015
ene	57,616	52,220	9.37
feb	110,510	100,171	9.36
mar	168,778	153,012	9.34
abr	226,191	205,100	9.32
may	286,590	259,888	9.32
jun	345,542	313,451	9.29
jul	405,797	368,156	9.28
ago	467,465	424,148	9.27
sep	529,771	480,754	9.25
oct	594,071	539,218	9.23
nov	656,544	596,003	9.22
dic	719,730	653,465	9.21
			9.21



Al 31.12.2015 se espera reducir las pérdidas de energía de 9.25% estimado 2014 a 9.21%. El ingreso de las Unidades de Negocio Jaén y Chachapoyas (actividad de distribución y comercialización) han incidido directamente en la mínima reducción de pérdidas reflejadas a nivel empresarial.

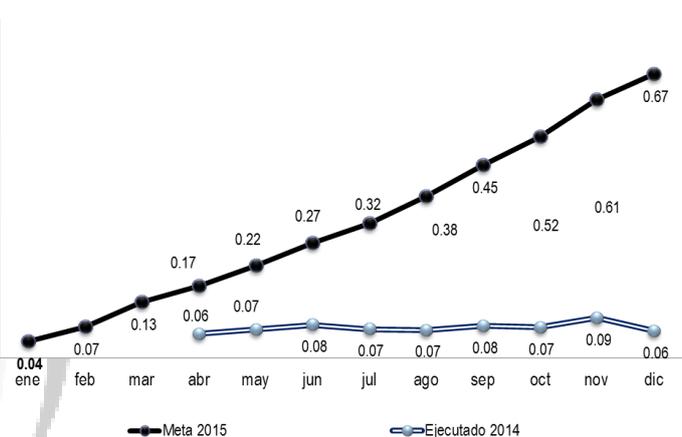
Indicador N° 13. Gestión de Reclamos.

Indicador de Reducción.

Mide la proporción de reclamos en un determinado año, con respecto al número de clientes del mismo periodo.

$$\text{Gestión de Reclamos} = \frac{\sum (\text{Reclamos Presentados})}{\sum \text{Clientes}} \times 100$$

Mes	Acumulado Reclamos Presentados	Cientes	Meta 2015
ene	150	378,260	0.04
feb	277	381,113	0.07
mar	507	383,625	0.13
abr	663	389,479	0.17
may	850	391,180	0.22
jun	1,069	394,312	0.27
jul	1,260	396,650	0.32
ago	1,518	399,092	0.38
sep	1,818	400,515	0.45
oct	2,107	404,395	0.52
nov	2,487	408,555	0.61
dic	2,746	410,400	0.67
			0.67



Se estima que se tendrán un total de 2,746 reclamos, con respecto a 410,430 clientes, lo que representa el 0.67%

Indicador N° 17. Duración Promedio de Interrupciones del Sistema (SAIDI)

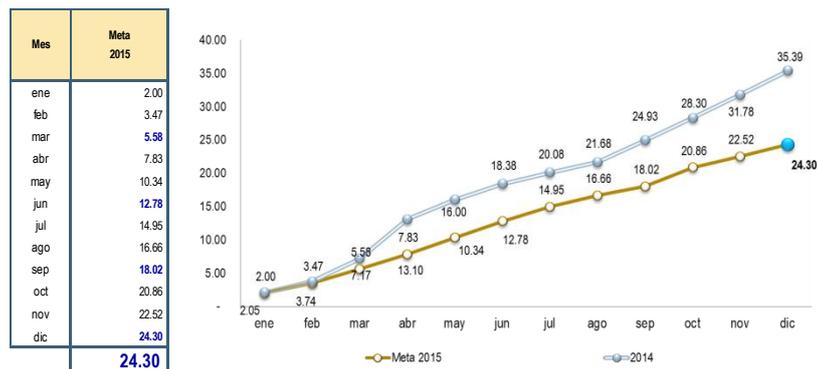
Indicador de Reducción.

Mide el tiempo promedio (horas) o duración de interrupciones por usuario, dentro del periodo considerado.

Considera: Restricciones no programadas y programadas en las salidas o alimentadores por causa de generación y distribución.

Fórmula:

$$SAIDI = \frac{\sum (\text{Usuario Afectados} \times \text{Duración de la Interrupción en Horas})}{\text{Total Usuarios}}$$



Durante el periodo 2015 la duración promedio acumulada de interrupciones estimada asciende a 24.30. El valor real para el 2014 es de 35.39.

Indicador N° 18. Frecuencia Promedio de Interrupciones del Sistema - SAIFI

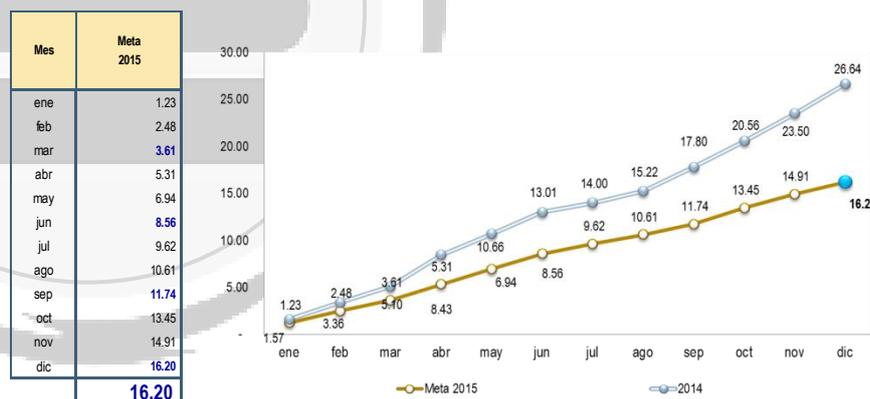
Indicador de Reducción.

Mide el número promedio (veces) o frecuencia de interrupciones que ha sido afectada a nivel usuario, dentro del periodo considerado.

Considera: Restricciones no programadas y programadas en las salidas o alimentadores por causa de generación y distribución.

Fórmula:

$$SAIFI = \frac{\sum (\text{Usuario Afectados} \times \text{Número de Interrupciones})}{\text{Total Usuarios}}$$



Durante el periodo 2015 la frecuencia promedio acumulada de interrupciones estimada asciende a 16,20. El valor real obtenido el 2014 fue de 24,26.

En cuanto a los indicadores:

- Indicador N° 10. Percepción del Alcance de la Misión Social de la Empresa.
- Indicador N° 12: Índice de Satisfacción de los Usuarios con el Servicio de Energía Eléctrica, e;
- Indicador N° 19. Clima Laboral; la evaluación está sujeto a la contratación de una empresa encuestadora por parte de FONAFE. Es de indicar que la evaluación del Indicador N° 16, será realizada en el año 2016.

Asimismo, se pone de manifiesto que nuestra empresa ha programado actividades a realizar el 2015, con la finalidad de igualar o superar las metas correspondientes a cada una de ellas.

Respecto a los indicadores:

- Indicador N° 9. Implementación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- Indicador N° 11. Número de Usuarios Incorporados por Electrificación Rural.
- Indicador N° 14. Descarte de Presencia de Binéfilos Policlorados – PCB.
- Indicador N° 15. Implementación del Código de Buen Gobierno Corporativo.
- Indicador N° 16. Implementación del Sistema de Control Interno.
- Indicador N° 20. Inversión en capacitación.
- Indicador N° 21. Mejora de Competencias; se encuentran con actividades programadas para el 2015, los cuales serán tomadas para su evaluación en el presente periodo.



4.4. Relación entre los Objetivos del Plan Operativo y los Objetivos del Plan Estratégico de ELOR, de FONAFE y del Sector

Objetivos Estratégicos Generales		
ELOR	FONAFE ^{/1}	MINEM ^{/2}
OEG 1. Maximizar la creación de valor económico	OEG 1. Impulsar el crecimiento de las empresas para contribuir al desarrollo del país.	OEG 1. Promover el desarrollo sostenible y competitivo del sector energético, priorizando la inversión privada y la diversificación de la matriz energética; a fin de asegurar el abastecimiento de los requerimientos de energía en forma eficiente y eficaz para posibilitar el desarrollo de las actividades productivas y la mejora de las condiciones de vida de la población con inclusión social.
OEG 2. Mejorar los procesos de gestión interna y gobierno corporativo.	OEG 2. Incrementar la eficiencia a través de la excelencia operacional.	OEG 1. Promover el desarrollo sostenible y competitivo del sector energético, priorizando la inversión privada y la diversificación de la matriz energética; a fin de asegurar el abastecimiento de los requerimientos de energía en forma eficiente y eficaz para posibilitar el desarrollo de las actividades productivas y la mejora de las condiciones de vida de la población con inclusión social. OEG 4. Contar con una organización transparente, eficiente, eficaz y descentralizada, que permita el cumplimiento de su misión a través de procesos sistematizados e informatizados, con personal motivado y altamente calificado y con una cultura de planeamiento y orientación a un servicio de calidad al usuario.
OEG 3. Crear valor social.	OEG 3. Impulsar la creación de valor social.	OEG 3. Promover la preservación y conservación del medio ambiente por parte de las empresas del sector de energía y minas, en el desarrollo de las diferentes actividades sectoriales fomentando la inclusión social y las relaciones armoniosas de las empresas del sector minero energético de la sociedad civil.
OEG 4. Mejorar la imagen empresarial.		
OEG 5. Fortalecer el talento humano.	OEG 4. Fortalecer el talento humano, la organización y el uso de las TIC en la corporación.	OEG 4. Contar con una organización transparente, eficiente, eficaz y descentralizada, que permita el cumplimiento de su misión a través de procesos sistematizados e informatizados, con personal motivado y altamente calificado y con una cultura de planeamiento y orientación a un servicio de calidad al usuario.

/1 Plan Estratégico Corporativo (PEC) 2013-2017 del FONAFE

/2 Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2012-2016 del MINEM

NOTA: MINEM: OEG 2. Promover con eficiencia y eficacia el nuevo concepto de minería a fin de contribuir al desarrollo sostenible del país con inclusión social. NO APLICA A ELOR.

V. Presupuesto

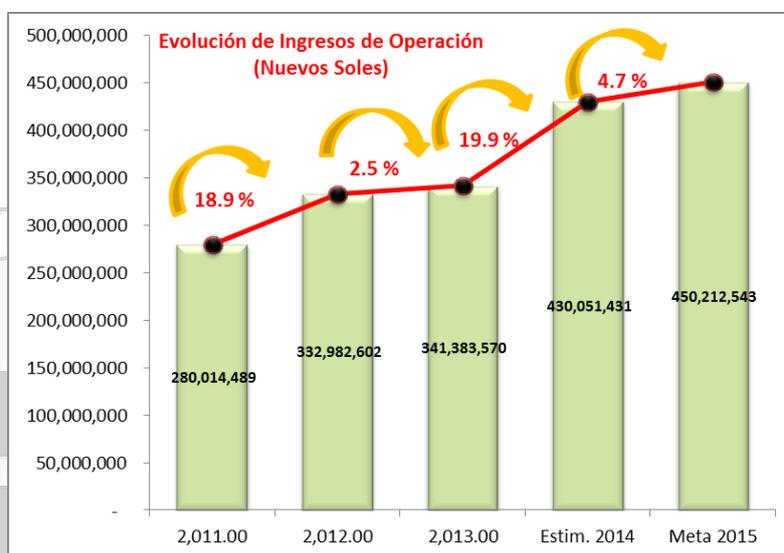
5.1 Ingresos (En base al presupuesto aprobado por FONAFE y ratificado por la empresa)

5.1.1 Ingresos Operativos

Supuestos que sustentan la proyección:

- ✓ Precio medio: S/. 0.424
- ✓ Volumen de venta : 718,517 MWh
- ✓ Tasa de crecimiento: 8.9%
- ✓ Nivel de recaudación: 81%
- ✓ Se prevé captar 39,222 clientes, llegando a 410,400 al cierre del ejercicio.

RUBROS	Real 2011	Real 2012	Real 2013	Estimado 2014	Aprobado 2015	Variación	
						S/.	%
1. INGRESOS	280,014,489	332,982,602	341,383,570	430,051,431	450,212,543	20,161,112	5%
1.1. Venta de Bienes							
1.2. Venta de Servicios	264,492,926	308,497,639	325,598,142	414,863,230	437,295,625	22,432,395	5%
1.3. Ingresos Financieros	920,333	611,899	1,243,287	1,280,547	1,247,615	(32,932)	-3%
1.4. Ingresos por participacion o dividendos			-	-		-	
1.5. Ingresos complementarios			-	-	10,598,422	10,598,422	
1.6. Otros	14,601,230	23,873,064	14,542,141	13,907,654	1,070,881	(12,836,773)	-92%



El Presupuesto 2015 considera un nivel de ingresos de S/. 450'212,543 la cual incluye la venta de energía en todo nuestro ámbito de concesión; y que comparativamente al estimado del periodo anterior, se incrementa en 4.7%; con respecto al total de ingresos. Los ingresos por zonas están distribuidos de la siguiente manera:

RUBROS	Loreto	San Martín	Amazonas Cajamarca	Total
1. INGRESOS	255,772,965	135,300,269	59,139,309	450,212,543
1.1. Venta de Bienes				
1.2. Venta de Servicios	250,838,752	130,871,877	55,584,996	437,295,625
1.3. Ingresos Financieros	678,459	382,260	186,896	1,247,615
1.4. Ingresos por participacion o dividendos				-
1.5. Ingresos complementarios	3,735,659	3,683,398	3,179,365	10,598,422
1.6. Otros	520,095	362,734	188,052	1,070,881

a) Ingresos por venta de servicios

Los ingresos por venta de energía ascienden a S/. 437'295,625, superior en S/. 22'432,395 a los ingresos percibidos al mes de diciembre 2014, debido principalmente a la incorporación de los ingresos de las Unidades de Negocio Jaén y Chachapoyas, recientemente transferidos a la empresa. Los ingresos por venta de energía, corresponden a la proyección de los consumos de potencia y energía de los clientes en MWh, que se estiman en 718,517 MWh para el periodo 2015, distribuidos sobre cada una de las tarifas del Pliego Tarifario.

Asimismo la Gerencia Comercial se está planteando como meta alcanzar 410,400 clientes, el nivel de recaudación estimado es de 81%.

La composición de los ingresos por venta de servicios, es el siguiente:

Conceptos	Real 2011	Real 2012	Real 2013	Estimado 2014	Aprobado 2015
Venta de energía eléctrica	183,137,028	205,376,590	212,378,871	286,308,194	286,491,451
Fose	8,759,510	8,948,421	8,409,184	10,448,934	18,310,955
Mecanismo de Compensación Sistema Aislado	72,596,388	86,623,331	92,575,863	104,919,517	129,501,132
Compensación por Generación Adicional		7,549,297	12,234,224	11,491,026	
EMSEU				1,695,559	2,992,087
Total	264,492,926	308,497,639	325,598,142	414,863,230	437,295,625

El Ingreso desagregado en nuevos soles (Por Región):

Conceptos	Loreto	San Martín	Amazonas	Total
Venta de energía eléctrica	116,422,373	124,039,802	46,029,276	286,491,451
Fose	7,446,977	6,832,075	4,031,903	18,310,955
Mecanismo de Compensación Sistema Aislado	126,969,402		2,531,730	129,501,132
EMSEU			2,992,087	2,992,087
Total	250,838,753	130,871,877	55,584,995	437,295,625

La evolución de los volúmenes de venta de energía y clientes, clasificado por región es el siguiente:

Venta de Energía (MW.h)

Regiones	2011	2012	2013	2014	2015
Loreto	232,138	244,669	260,541	273,864	289,935
San Martín	196,407	221,088	248,000	271,015	299,350
Amazonas	90,114	95,816	94,288	114,776	129,231
Total	518,659	561,573	602,829	659,655	718,517