



AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DO SEGMENTO DE DISTRIBUIÇÃO DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO UTILIZANDO ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS (DEA)

THAMARA PAULA DOS SANTOS DIAS (Autor), LASARA FABRICIA RODRIGUES (Orientador)

O trabalho realiza um diagnóstico do segmento de distribuição do setor de energia elétrica do Brasil, através da aplicação de um método denominado Análise Envoltória de Dados ou Data Envelopment Analysis (DEA). A DEA visa estimar a eficiência de unidades tomadoras de decisões, Decision Making Units (DMUs), por meio da aplicação de modelos matemáticos, que permitem classificar as mesmas em níveis hierárquicos e obter os possíveis benchmarks que servirão como referencial de excelência para aquelas DMUs consideradas ineficientes. A pesquisa está caracterizada na forma de um estudo de caso e engloba a análise de 31 distribuidoras brasileiras de grande porte. O modelo DEA CCR com orientação a inputs foi aplicado nesse estudo. O modelo com orientação a input foi escolhido uma vez que o objetivo das distribuidoras de energia elétrica se concentra em reduzir os custos operacionais com a máxima utilização dos recursos, de modo que os produtos permaneçam inalterados, devido ao fato de uma concessionária ter estabilidade quanto a sua demanda, ou seja, o número de consumidores será praticamente o mesmo para aquela área de concessão. Já a utilização do Modelo CCR pode ser explicada pela proporcionalidade que as distribuidoras apresentam entre suas entradas e saídas. Os resultados alcançados mostraram que somente cinco das distribuidoras foram consideradas eficientes, as quais serviram como alvos para as demais. Além disso, o score médio de eficiência obtido é aproximadamente 54,18%, o que demonstra considerável diversidade em suas operações. Como os resultados encontrados mostram que a maioria das distribuidoras de energia elétrica de grande porte analisadas vem operando com baixo desempenho, essas empresas precisam rever o planejamento de seus processos produtivos visando aumentar a performance de forma a melhorar a qualidade dos serviços prestados e conseqüente satisfação dos clientes.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Ouro Preto