

Tecnologia como fator de competitividade para empresas de utilidades públicas⁽¹⁾

Anderson Dutra e Eduardo Pozzi

Com a entrada do mercado livre de energia e a possibilidade, a curto prazo, de os consumidores de menor porte serem beneficiados pela negociação do fornecimento de energia elétrica, as empresas do setor têm um grande desafio para frente que é não perder o cliente para a concorrência. Nesse ambiente, ele pode acordar o preço do ativo diretamente com as distribuidoras e escolher o fornecedor que melhor lhe atenda.

Atualmente, no chamado mercado cativo, o cliente residencial, por exemplo, está atrelado a uma empresa e é obrigado a comprar energia da concessionária a qual está vinculado. Uma portaria do Ministério de Minas Energia (nº 465, de 12 de dezembro de 2019) definiu que, a partir deste ano, os consumidores com carga igual ou superior a 1.500 kW poderiam ser atendidos neste modelo; a partir do próximo ano, serão os que consomem até 1.000 kW; e em 2023, serão incluídos os que têm carga igual ou superior a 500 kW. A ideia é que a Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE) e a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) apresentem em breve um estudo que vai estipular faixas menores de consumo. Dessa forma, esse modelo de livre concorrência, que hoje é acessado apenas por grandes indústrias, irá beneficiar a curto prazo consumidores menores como uma padaria, por exemplo.

Nesse sentido, a tecnologia entra como uma aliada para as distribuidoras de energia elétrica que estão saindo de uma situação de monopólio e terão que se adaptar a esse novo modelo para manter o cliente fiel. Pode-se dizer que o advento tecnológico está transformando e se tornando um fator de competitividade para a indústria de utilidade públicas que inclui setores como energia elétrica e, também, saneamento. No modelo anterior, as empresas não enxergavam o cliente, mas sim o domicílio como uma unidade consumidora. Com a entrada da tecnologia e novas regras de regulação, as empresas estão tendo que se adaptar a essa nova realidade já que o consumidor está se tornando mais livre e empoderado para escolher qual empresa deseja contratar.

Ferramentas como inteligência artificial conseguem prever e antecipar as necessidades do cliente e apresentar a solução que mais o agrada. Nesse sentido, espera-se apresentar um atendimento individualizado e customizado a fim de melhorar a experiência do consumidor. Além disso, recursos como reconhecimento do sentimento são capazes de verificar se ele está satisfeito ou não apenas com base no tom de voz e nas palavras utilizadas durante o atendimento com a empresa. Com base nesses indícios, a demanda pode ser redirecionada para o setor específico que poderá reverter essa situação.

Outro fato importante diz respeito ao uso de múltiplas formas de atendimento (telefone, aplicativo, redes sociais). Com o uso da tecnologia, é possível que as empresas passem a ter uma visão única com o histórico de todo o atendimento do cliente que ficará em uma base única de dados e com a padronização das informações nesses canais.

As empresas têm evoluído nesse sentido, mas ainda têm muito para avançar. Várias dessas tecnologias que já são realidade em países da Europa como Espanha e Portugal e ainda estão sendo estudadas e inseridas aos poucos pelas companhias de utilidades públicas brasileiras. Em suma, até anos atrás, essas companhias não tinham a preocupação de encantar o consumidor que está se tornando empoderado no sentido de que não estará mais preso a um fornecedor de serviço, podendo escolher o que melhor agrada. De certo, sabemos que os negócios que não se adaptarem a essa nova realidade poderão ter uma perda grande de clientes e competitividade no mercado.

(1) Artigo publicado na Agência CanalEnergia. Disponível em:

<https://www.canalenergia.com.br/artigos/53184312/tecnologia-como-fator-de-competitividade-para-empresas-de-utilidades-publicas>. Acesso em 23 de agosto de 2021.