economia

Abertura do mercado livre de energia requer ajustes

Consumidores comerciais e industriais de baixa tensão poderão fazer a migração para outro ambiente de contratação

/ ENERGIA

Jefferson Klein
jefferson.klein@jornaldocomercio.com.br

Dentro de doze meses, a partir de 25 de novembro de 2027, os consumidores comerciais e industriais de baixa tensão (inferior a 2,3 kV como supermercados, restaurantes, pequenas indústrias, entre outros) estarão liberados para poderem migrar do ambiente cativo (atendido apenas pela distribuidora) para o mercado livre de energia (em que se pode escolher quem é o fornecedor da geração da eletricidade). Apesar da contagem regressiva, as empresas comercializadoras, que ofertarão o serviço para os usuários que quiserem fazer a opção pela mudança, apontam que ainda é necessário formatar e detalhar um arcabouço regulatório para tornar claro como será constituída essa nova oportunidade de contratação de energia.

Esse detalhamento torna-se mais fundamental já que, posteriormente, em 25 de novembro de 2028, a alternativa do mercado livre será aberta também para os clientes residenciais. O coordenador de Projetos Especiais da Ludfor, Alexandre Becker, reforça que distribuidoras, comercializadoras e consumidores precisarão se adaptar ao futuro cenário.

"A gente tem as datas, mas não tem a regra de como as coisas vão funcionar", ressalta Becker. Ele frisa que esse é um enorme desafio que a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) terá pela frente para resolver. Uma questão ainda a ser tratada é como será a operação para quem não tem os medidores eletrônicos e ainda usa equipamentos mais antigos.

Outro desafio da Aneel, citado por Becker, é a implantação do Open Energy. O mecanismo permitirá que o consumidor acesse seus dados de consumo, medição e faturamento e os compartilhe, mediante autorização, com instituições de sua escolha. O integrante da Ludfor explica que, com essa ferramenta, as comercializadoras poderão fazer propostas de produtos mais personalizados.

Becker reforça que esses dados estão hoje de posse das distribuidoras de energia e não são liberados. Ele salienta também que a abertura criará um mercado pulverizado. "É uma imensidão de novos consumidores que poderá entrar nesse segmento", adianta. O coordenador de Projetos Especiais da Ludfor antecipa que o perfil do consumidor residencial no mercado livre deverá ser diferente do cliente industrial.

Ele acredita que o residencial deverá tender a ser menos fiel a uma comercializadora e, provavelmente, buscará por empresas que já são conhecidas ou da sua região. Além disso, Becker projeta que esse usuário deverá buscar outras ações como clube de vantagens e cashback, o que não existe hoje para a categoria industrial.

Por sua vez, o diretor de Soluções para Clientes da EDP na América do Sul, Tomás Baldaque da Silva, argumenta que, para os consumidores de baixa tensão, é

ANDRESSA PUFAL/ARQUIVO/JC



Novas regras valerão a partir de 25 de novembro de 2027

essencial difundir informações sobre o mercado livre para que essa categoria adote esse ambiente de contratação de energia. Ele estima que, com a abertura prevista para 25 de novembro do próximo ano, cerca de 7 milhões de consumidores poderão migrar para o mercado livre.

Baldaque alerta que, com a concorrência, os comercializadores terão de ser muito eficientes para atrair clientes. Ele comenta que será necessário criar novos produtos para clientes de baixa tensão e canais digitais para oferecer o serviço aos usuários. A EDP, uma empresa portuguesa, já viu a abertura que acontecerá no Brasil ocorrer no seu país de origem.

O diretor de Soluções para Clientes da empresa na América do Sul espera que esse conhecimento possa ser aproveitado para captar clientes que tenham interesse em migrar para o mercado livre no cenário brasileiro. "Vamos tentar tropicalizar a experiência da Europa adaptando-a ao Brasil", frisa.

Para Baldaque, a maior diferença entre os processos nas duas nações é que em Portugal perceberam-se os movimentos dos operadores do setor elétrico local para incentivar a migração. "No Brasil, há essa vontade, mas que não se mostra na prática", compara. Ele comenta que a expectativa é que a migração na baixa tensão possa gerar uma redução de cerca de 15% no custo da energia consumida para o cliente que decidir por essa estratégia.



CEO da Indigo destaca planos de expansão no Brasil

/ NEGÓCIOS CORPORATIVOS

Jamil Aiquel
jamil@jcrs.com.br

O grupo Indigo é uma multinacional francesa, referência mundial na gestão de estacionamentos e soluções de mobilidade urbana, que atua globalmente em 10 países. No Brasil, a operação já se consolidou como a terceira maior de todo o grupo, contando com 5 mil funcionários e 350 mil vagas distribuídas em mais de 350 operações, que englobam aeroportos, shoppings, hospitais e arenas. A empresa detém atualmente cerca de 15% do mercado nacional.

Na tarde desta terça-feira, Thiago Piovesan, CEO do grupo Indigo no Brasil, visitou a nova sede do Jornal do Comércio e foi recebido pelo diretor-presidente do JC, Giovanni Jarros Tumelero. Durante a conversa foram debatidas as perspectivas de expansão

DANIEL MORAGAS/ESPECIAL/JC



Thiago Piovesan visitou a sede do JC

da marca no País e os fortes impactos que possíveis mudanças legislativas trarão para o dia a dia das operações brasileiras.

A estratégia de crescimento da empresa, segundo o CEO, envolve parcerias focadas no investimento em infraestrutura, operando hoje em 200 shoppings, 12 aeroportos, além de grandes hospitais e quatro arenas esportivas. "Todos os negócios que necessitam de tecnologia, todos que têm fluxo de pessoas e de veículos, todos que a gente pode aportar recurso para expandir negócio, a gente investe para crescer", explicou Piovesan ao detalhar os focos da expansão.

Apesar do tom otimista, o CEO elencou alguns obstáculos econômicos e estruturais do cenário brasileiro. Segundo ele, as incertezas geradas pelas propostas de reformas tributária e trabalhista são pontos de forte alerta para a operação da empresa.

"O principal desafio de fazer crescer no Brasil é ter um ambiente propício para investimentos para a gente poder acelerar o processo. Mão de obra é um problema também, difícil contratar." Segundo ele, essas reformas em pauta são um dos principais motivos de alerta para a multinacional no Brasil.