

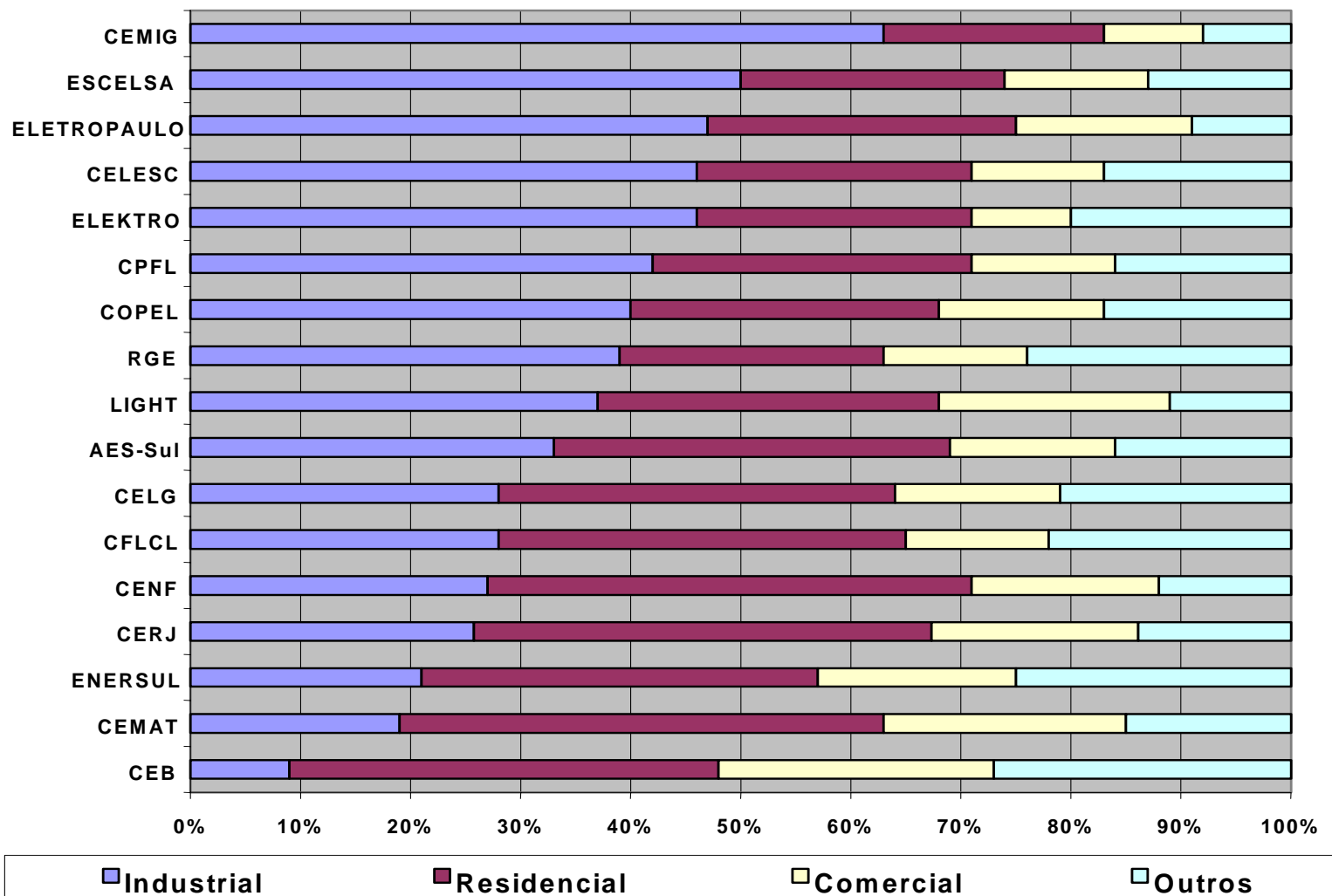


RELACIONAMENTO COMERCIAL COM CLIENTES LIVRES

Bernardo Afonso Salomão de Alvarenga
Superintendência de Relacionamento
Comercial com Clientes Corporativos
Belo Horizonte, 13 de maio de 2005

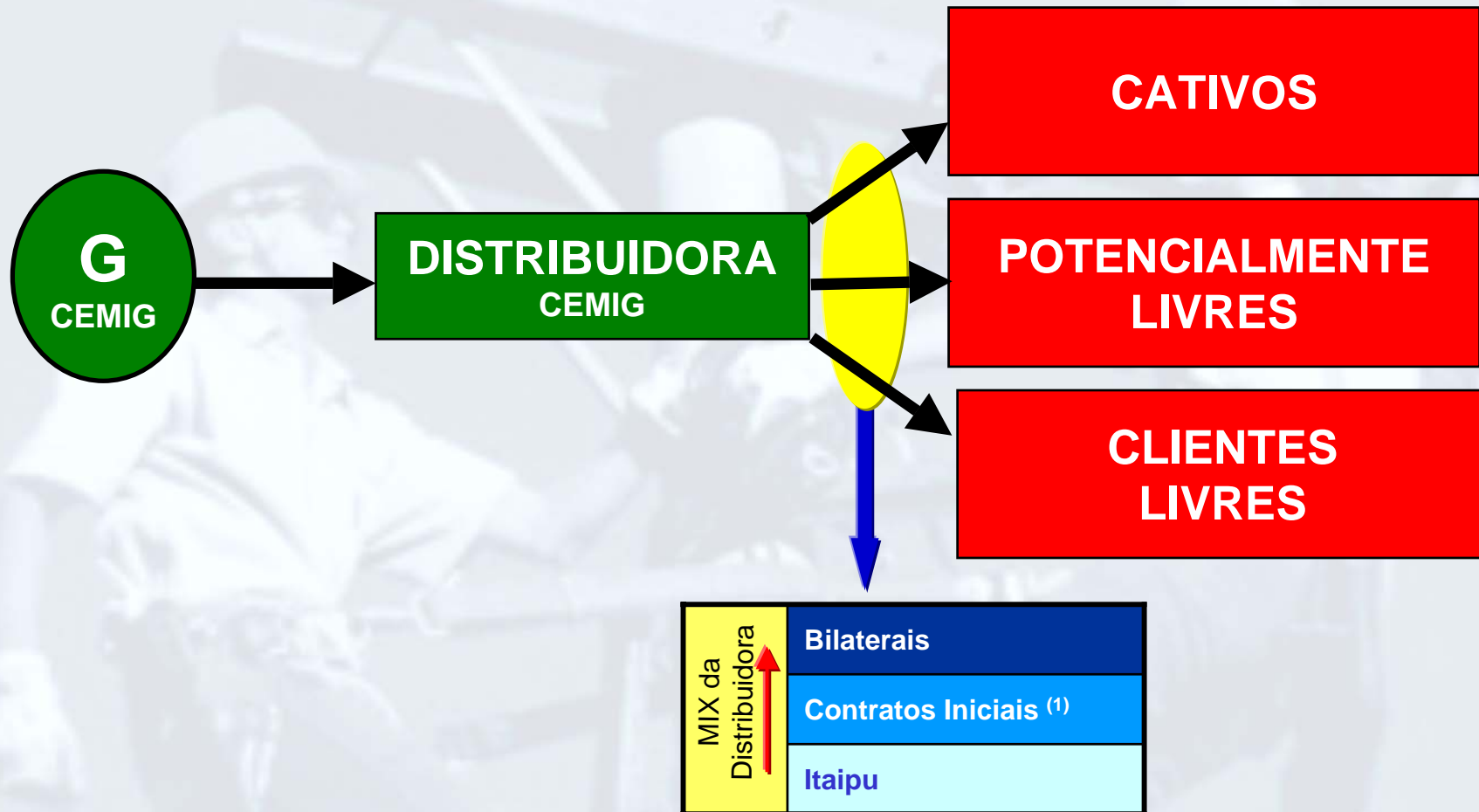


Matriz de Consumo de Energia Elétrica





O Modelo Antigo



(1) – Enquanto durarem



Com a liberdade assegurada, por lei, aos grandes consumidores de escolherem seu fornecedor, aliada à sobra de energia elétrica no mercado, observamos o seguinte:

- 1. O mercado competitivo dos produtos industrializados levou os clientes industriais a procurarem redução de custos no insumo energia elétrica;**
- 2. Geradoras e comercializadoras assediando esses consumidores ofertando energia elétrica a custos inferiores à tarifa de cativo;**
 - Alguns agentes de comercialização incentivavam o rompimento dos contratos cativos.**
- 3. Processo de realinhamento das tarifas**

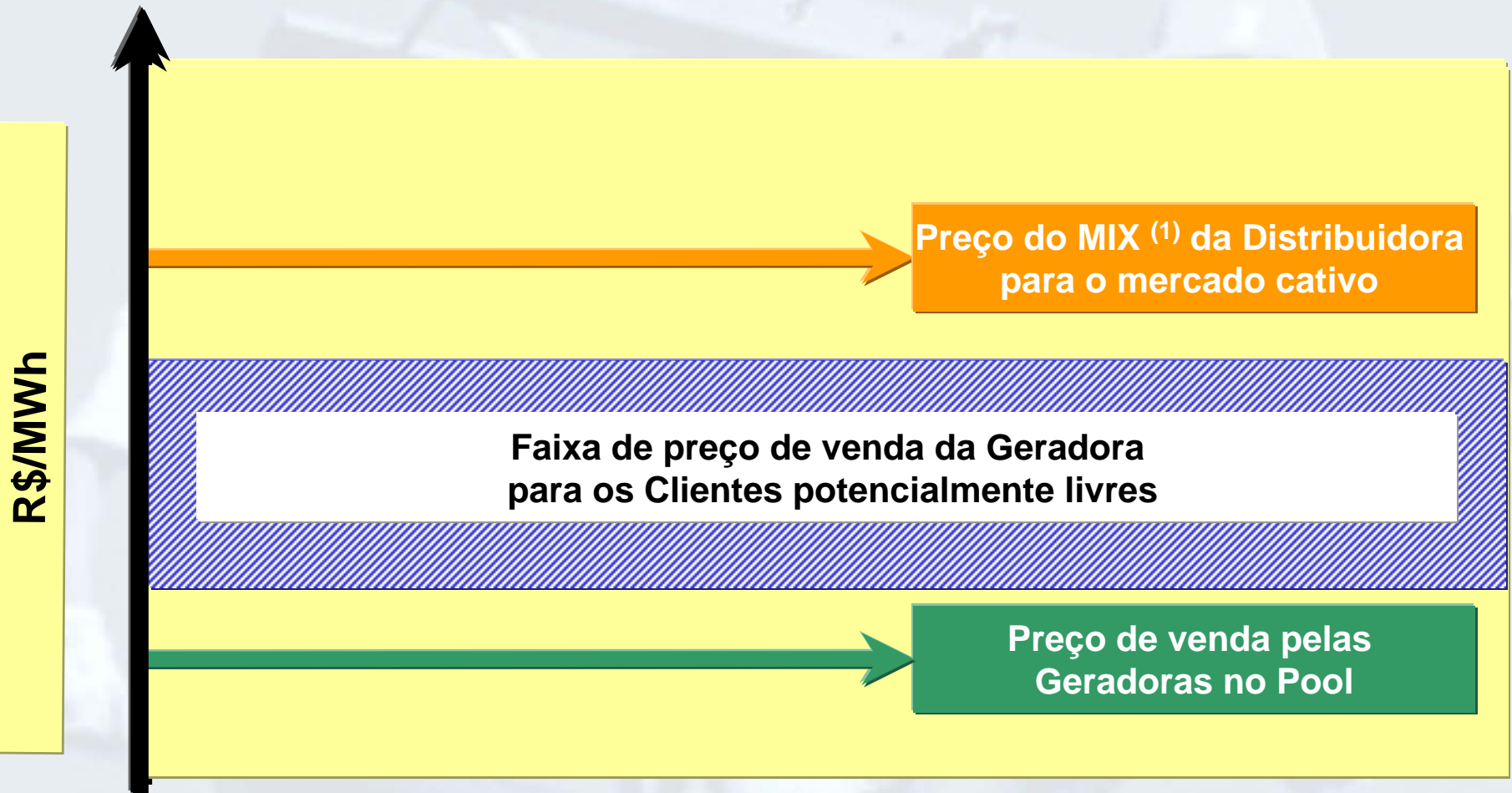


A CEMIG desenvolveu forte ação no Congresso Nacional, junto às Comissões de Análises das MPs 64 e 144, demonstrando a necessidade de solução diferenciada para as empresas verticalizadas.

Ambas Medidas Provisórias proibiam em seu texto original que as empresas distribuidoras comercializassem energia no mercado livre.



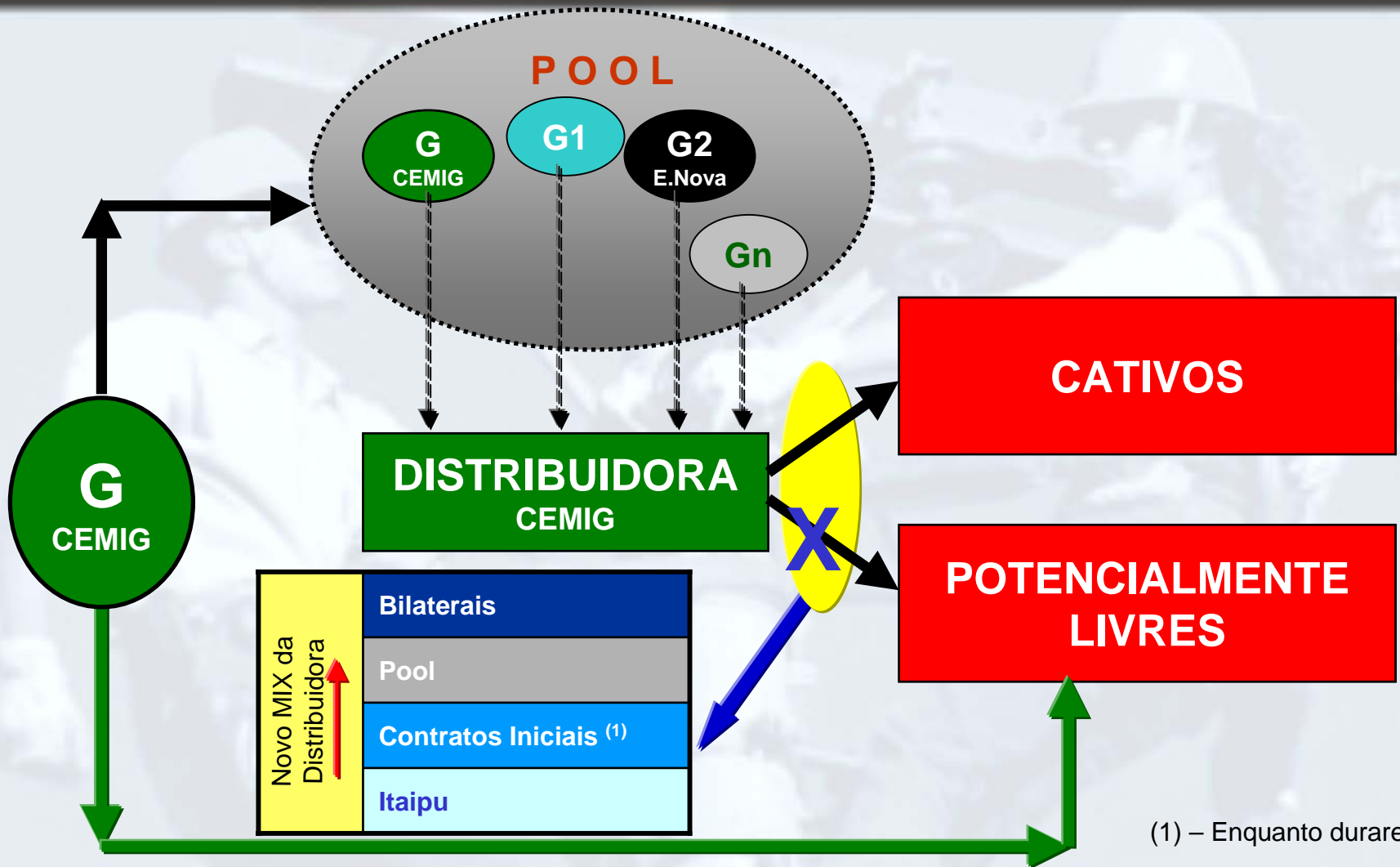
Lógica do Preço



(1) – MIX = Itaipu + Contratos Iniciais, enquanto durarem + POOL + Bilaterais



O Novo Modelo



(1) – Enquanto durarem



A Estratégia de Comercialização

- **Mantendo a tradição de obter a melhor solução para os Clientes, e de acordo com o seu Planejamento Estratégico, a CEMIG desenvolveu negociações visando blindar o seu mercado;**
- **Criamos uma estrutura de negociação coerente, que pudesse ser confrontada pelos Clientes, Grupos de Clientes, Consultores, Comercializadoras, etc.;**
- **Segurança na marca CEMIG;**
- **Negociações nas condições de mercado;**
- **Manutenção da cultura de sempre procurar as melhores alternativas para os clientes, compatibilizando com os interesses da corporação CEMIG. A solução pode estar na CEMIG D, CEMIG GT, Horizontes, Pai Joaquim, etc.;**



A Estratégia de Comercialização

- **Trabalho em equipe colegiada visando democratizar ao máximo o conhecimento e soluções para orientação aos gerentes e agentes;**
- **Estrutura de apoio dos núcleos com fortes conhecimentos sobre:**
 - **Regulamentação do setor elétrico;**
 - **Preços de mercado;**
 - **Mercado da concorrência;**
 - **Legislação de impostos, tributos, encargos;**
 - **Negociação de garantias;**
 - **Mercado setorial dos clientes;**
 - **Balanço Energético do Sistema.**
- **Capacidade para efetuar análises e consistências das grandezas elétricas medidas;**
- **Experiência em elaboração de contratos de compra e venda de energia, de acesso e uso dos sistemas de distribuição e transmissão;**



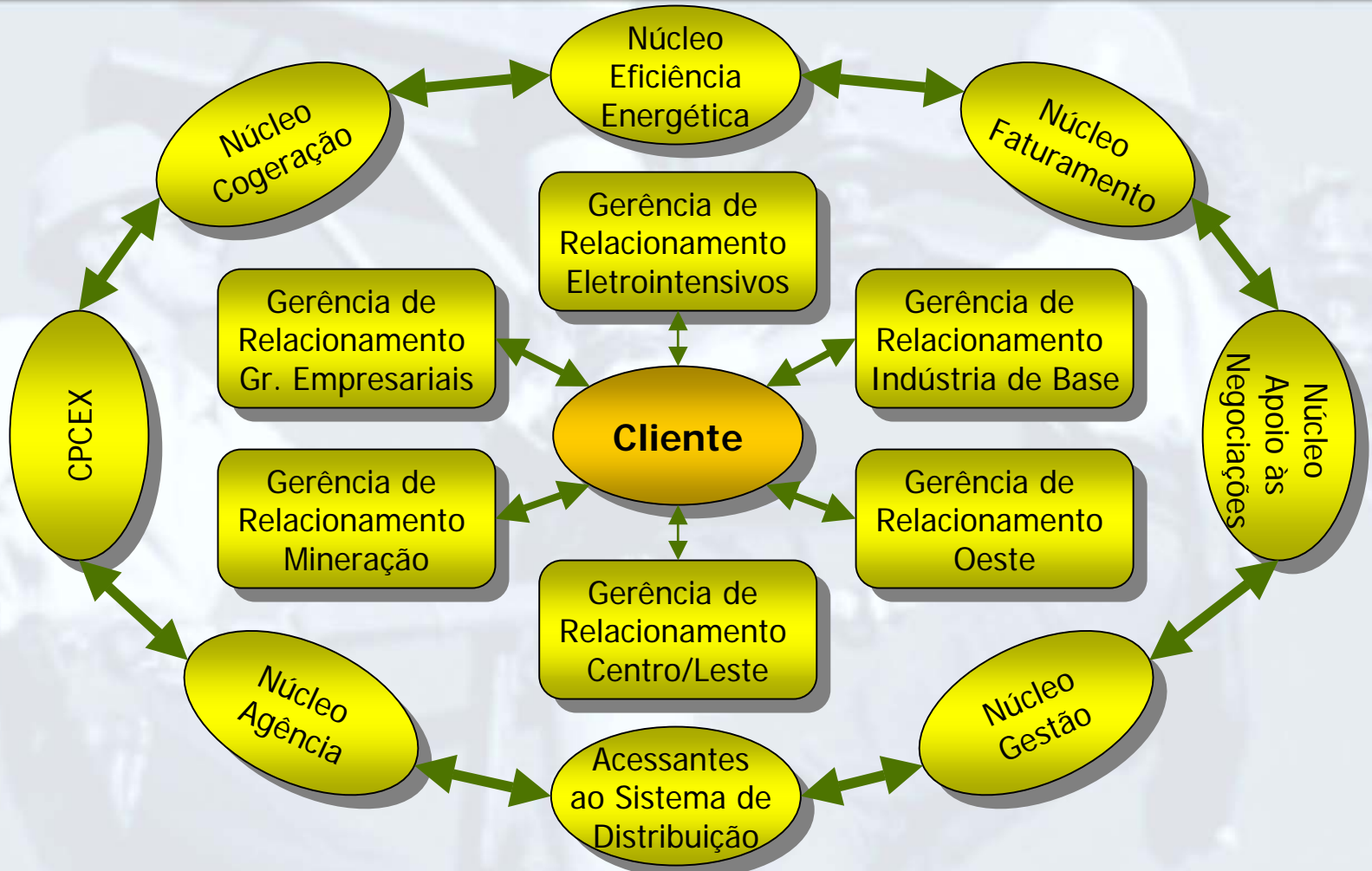
A Estratégia de Comercialização

- **As negociações foram feitas a “la carte” :**
 - **Leilões de percentual de desconto;**
 - **Preços negociados para os casos de agregação de valor (duração do contrato, unidades fora da área de concessão da CEMIG D, aumento de carga, etc.)**
- **Vendas executadas via Leilão conforme previsto em Lei.**
- **Atuação pró ativa para que a ANEEL reconhecesse como livres os clientes em situações atípicas;**



Estrutura Comercial da CEMIG para Atendimento ao Cliente Livre

Força de Venda





Conclusões

- **Os clientes continuam demonstrando satisfação com os contratos firmados, apesar de constatarem que os valores de arremate dos Leilões da CCEE foram inferiores aos preços negociados com a CEMIG;**
- **Indicadores de retenção e conquista de clientes superaram as metas estabelecidas pela CEMIG;**
- **A recontratação da energia comercializada ocorrerá em momento de preços mais favoráveis.**



RELACIONAMENTO COMERCIAL COM CLIENTES LIVRES

Bernardo Afonso Salomão de Alvarenga
Superintendência de Relacionamento
Comercial com Clientes Corporativos
Belo Horizonte, 13 de maio de 2005