

## **Brasil Energia Online – 17/03/2008**

### **Benchmarking no lugar de ER**

Alexandre Gaspari, de Brasília

As distribuidoras de energia elétrica sugeriram à Aneel que no 3º ciclo de revisões tarifárias, previsto para começar em 2011, a metodologia de cálculo aplicada pela agência deixe de utilizar o conceito de empresa de referência, personalizada para cada uma das 64 concessionárias de distribuição do país, para aplicar um benchmarking regulatório, que agruparia empresas similares e determinaria os níveis de excelência por grupo. A sugestão foi dada na manhã desta segunda-feira (17/3), durante o 3º Fórum **Acende Brasil** - Distribuição de Energia Elétrica e os Desafios do 2º Ciclo de Revisão das Tarifas, que está sendo realizado em Brasília.

Segundo o diretor geral da Aneel, Jerson Kelman, que esteve presente no evento, mas não integrou a mesa de debates, formada exclusivamente por representantes das distribuidoras, a grande diferença da empresa de referência para o benchmarking é estatístico. Segundo ele, é possível a aplicação da sugestão das companhias, mas isso requer estudos mais profundos, que, confirma Kelman, a Aneel tem condições de fazer.

A grande crítica à empresa de referência é que ela, de acordo com os agentes de distribuição, não reflete a realidade da companhia, já que é apenas um conceito que reflete parâmetros ideais de determinada área de concessão.

Segundo Fernando Alvarez, da consultoria Siglasul, tal parâmetro foi copiado pelo Brasil de outros modelos regulatórios latino-americanos, que, contudo, não dispõem da mesma diversidade de empresas do Brasil. "Na Guatemala, por exemplo, há três distribuidoras de energia. Portanto, as empresas de referência não irão apresentar grandes divergências. Não é o que ocorre no Brasil", explica ele.

Apesar de se mostrar favorável aos estudos, Kelman foi cuidadoso ao aceitar a sugestão de se criar o benchmarking para as distribuidoras do país. "O benchmarking é uma sofisticação estatística que foi aplicada em outros países com sucesso. A Aneel pode analisar esse modelo para o Brasil, mas o diabo mora nos detalhes", ressaltou o diretor geral da agência.