

RESUMO

A rede integrada das operações de geração, transmissão, distribuição e comercialização é o elemento basilar do quadro de referência dos especialistas do setor elétrico, sejam eles egressos da engenharia, das áreas de finanças, estratégia ou *marketing*. A conexão física que realiza a entrega da energia elétrica, denominada *ponto de entrega*, representa o elo final da rede. O presente trabalho reinterpreta o quadro de referência vigente, alicerçado pelo referencial teórico do *marketing* estratégico e da logística empresarial. A rede fundamental emerge como uma cadeia logística destinada à criação e entrega de valor ampliado ao cliente industrial – o objeto da pesquisa. O serviço de energia elétrica, em essência, um serviço ao cliente, é tratado como um genuíno *produto logístico*. O *ponto de entrega* transpõe a conexão física e perpassa as operações do cliente, inseridas nas operações da concessionária de energia elétrica – a unidade de análise – pela via de um novo canal logístico: o canal de relacionamentos. A configuração da cadeia logística, ao incorporar o cliente como membro, capitaliza ganhos de *market share* no longo prazo e alavanca um novo patamar de competitividade sustentada para a concessionária. A pesquisa qualitativa realizada com clientes industriais de relevo de uma das maiores concessionárias do cenário energético mundial referenda a proposição da cadeia logística – um projeto de integração de redes de operações – e legitima um padrão de valor que garante a sustentabilidade empresarial no setor elétrico, engendrado em três domínios: melhor tarifa/preço, melhor atendimento e nível superior de serviço ao cliente.

Palavras-chave: rede de operações, canal de relacionamentos, cadeia logística.

ABSTRACT

The integrated net of the operations of generation, transmission, distribution and commercialization is the essential element of the frame of reference for electrical sector specialists, whether they come from engineering, finance, strategic or marketing fields. The final link of the net is represented by the physical connection which delivers the electric energy – termed *Ponto de Entrega*, or *Delivery Point*. The present work is a reinterpretation of the frame of reference that stands today, fundamented by both strategic marketing and business logistic theoretical frames of reference. The fundamental net emerges as a logistic chain which aims to create and deliver an enlarged value to the industrial client – the object of the research. The electric energy service, being in essence a service for the client, is here approached as a genuine *logistic product*. The *Delivery Point* goes beyond the physical connection and immerses itself in the client's operations, inserted in the operations of the electric energy concessionaire – the unity of analysis – through a new logistic channel: the relationships channel. By incorporating the client as a member, the configuration of the logistic chain capitalizes profits in its market share in the long term and launches new standards of sustained competitiveness for the concessionaire. The qualitative research was made with key industrial clients of one of the world's biggest concessionaires in the energetic scene and it validates the configuration of the logistic chain – a project for the integration of the operation nets – and legitimizes the three domains of the value offer which guarantee the sustenance of the electrical sector businesses: better price, superior services and a better answer to the clients.

Key words: operation net, relationships channel, logistic chain.