

## 6

### Conclusões e recomendações para trabalhos futuros

Resgatando o seu objetivo central, a dissertação desenvolveu uma metodologia que permite estimar, de forma mais precisa que os métodos então disponíveis, os fatores denominados FC e FD para os clientes (grupos A e B) de uma distribuidora. Para tal, a dissertação aborda temas relacionados à realização de um “*data mining*” com os dados cadastrais da distribuidora para:

- Encontrar grupos de similaridades entre as áreas geográficas considerando o consumo médio nas classes de baixa tensão e o número de consumidores das duas divisões do consumo alta tensão e,
- Encontrar as áreas que sejam mais próximas do perfil de consumo da distribuidora como um todo,
- Realizar auditorias de posse de equipamentos através de pesquisa de campo
- Realizar, para o caso de clientes da classe B, medições eletrônicas nesta amostra, visto que não há memória de massa do consumo desta categoria de clientes.
- Estimar os fatores FC e FD conforme o procedimento descrito a nível de cliente individual e grupo de clientes.

Esta metodologia foi aplicada à concessionária ELEKTRO que atende os clientes localizados no interior do estado de São Paulo. Os resultados apresentados nesta dissertação mostram claramente a importância de se possuir uma informação atualizada sobre a potência instalada nas unidades consumidoras, e um maior rigor em relação ao tipo de atividade exercida no estabelecimento. Em alguns casos, a atividade exercida no local não condizia com a informação do cadastro da empresa.

Sugere-se como prática imprescindível às distribuidoras, a obtenção sistemática de pesquisas de potência instalada e maior cuidado na obtenção dos valores corretos de carga em ligações novas.

A partir das idéias apresentadas nessa dissertação, qualquer distribuidora de energia pode utilizar a metodologia aqui apresentada, com o objetivo de obter estimativas dos fatores FC e FD para os mais diversos segmentos de clientes, iniciando pela estratificação geográfica, via um procedimento de clusterização (no caso os mapas de Kohonen), seguido de uma pesquisa de posses de

equipamentos na amostra de clientes representativos das estratificações. Evidentemente, para os clientes do grupo B da amostra, ainda é necessário uma medição eletrônica dos mesmos por um período mínimo de 7 dias.

Por fim, dada a exigência do agente regulador (ANEEL), de que as distribuidoras devem caracterizar a carga de suas unidades consumidoras e o carregamento de suas redes e transformadores, por meio de informações oriundas de campanhas de medição e adicionalmente à campanha de medição, deve ser realizada, a cada dois ciclos de revisão tarifária periódica, uma pesquisa de posse de equipamentos e hábitos de consumo [34]. Recomenda-se que os índices de fator de carga e fator de demanda passem a ser atualizados nestes períodos também.