

Quando vamos vender alguma bem, seja carro ou casa, por exemplo, a primeira coisa que fazemos é dar uma renovada no visual. Ajustamos as falhas, colocamos pintura nova, fazemos uma boa limpeza para atrair os clientes. A CEPISA não confirma, mas o seu novo contrato de publicidade com a agência Plug Propaganda (giraria em torno de R\$ 2 milhões) é um prato cheio para a diretoria nacional da Eletrobrás apresentar a companhia com uma imagem recuperada junto aos supostos compradores em um leilão que já está sendo discutido nos bastidores de Brasília.

O assunto foi destaque na edição da última segunda-feira (22/08), no Jornal Valor Econômico. De acordo com o jornal, a possibilidade de privatização de empresas de energia começa a ser avaliada no governo federal, como melhor opção para as distribuidoras subordinadas à Eletrobrás como é o caso da CEPISA e interessados já se candidatam como compradores. No momento, o que ainda está impedindo uma discussão mais aberta sobre o assunto é o caráter político, já que o Partido dos Trabalhadores sempre foi contrário às privatizações. Mas essa questão já está sendo suavizada depois que a presidente Dilma Rousseff aprovou a concessão de aeroportos ao setor privado. Seis fontes importantes na Eletrobras, na Agência Nacional de Energia Elétrica e no Ministério de Minas e Energia foram ouvidas. Todos dizem a mesma coisa: "sim, a privatização é possível". Esse, admitem, seria o caminho para melhorar a qualidade do serviço prestado pelas distribuidoras Amazonas Energia, Boa Vista Energia, Eletroacre, Ceron (Rondônia), Cepisa (Piauí) e Ceal (Alagoas).

INTERESSADOS NA CEPISA

A idéia circula por várias instâncias e até conversas informais com executivos de importantes fundos de pensão já foram travadas para se saber o interesse nesse tipo de negócio. Também já existem outros interessados, como, por exemplo, a Equatorial Energia, que hoje é dona da Cemar (Maranhão), vizinha à Cepisa, e que ainda não conseguiu expandir sua atuação no setor elétrico. A empresa já declarou que tem interesse em adquirir a CEPISA.

CAMPANHA DE R\$ 2 MILHÕES

O contrato da CEPISA com a Plug Propaganda, assinado semana passada, vai injetar cerca de R\$ 2 milhões nos meios de comunicação, na internet e até nas contas de energia para tentar recuperar uma imagem bastante desgastada com os serviços de má qualidade e com os

Deu no 'valor econômico': Ex-Cepisa será privatizada

Escrito por Saraiva

Ter, 23 de Agosto de 2011 15:41 - Última atualização Ter, 23 de Agosto de 2011 15:49

últimos apagões. No Briefing preparado pela comunicação, o objetivo é mostrar que a inadimplência prejudica toda a sociedade, não apenas a empresa. Os consumidores receberão mensagens em tons de alerta sobre as penalidades para inadimplência e para as famosas 'gambiarras'.

OUTRO LADO: RESPOSTA DA CEPISA

De acordo com a CEPISA, 'predomina na cultura local a idéia de que o pagamento da fatura de energia não precisa ser priorizado, constituindo-se em um dos pontos de maior desgaste da imagem institucional da empresa'. Em seu plano de comunicação, que o 180graus.com teve acesso, a CEPISA entende que grupos que criticam os serviços da empresa às vezes são grandes devedores. A campanha publicitária vai tentar atingir os grupos tidos pela empresa como 'porta-vozes das reivindicações públicas, que cobram mais eficiência da empresa na ampliação, operação e manutenção do sistema elétrico, mas que ocultam práticas ilícitas no consumo de energia ou são grandes devedores'.

Fonte: 180graus.com