

# super varejo

Cada vez mais alinhados com as pautas ESG (*Ambiental, Social e Governança*) supermercadistas realizam investimentos para unir economia de energia e sustentabilidade à realidade da operação

APAS ANO XXI Nº 253  
R\$ 15,00 • ABRIL 2023  
www.supervarejo.com.br



COMPER Fort

**SAMUEL PATRÍCIO MUTINI**  
GERENTE NACIONAL DE ENERGIA E MANUTENÇÃO DO GRUPO PEREIRA

SV São Vicente arena

**MARCOS CAVICCHIOLI**  
DIRETOR PRESIDENTE DA COMPANHIA VAREJISTA REDE SÃO VICENTE

## Em busca da EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

# Energia Renovada para os negócios





Energia, Sustentabilidade, Eficiência energética

Com a evolução das soluções de energia e as novas demandas de sustentabilidade, o desafio do supermercado passa por reduzir custos, ganhar eficiência energética e assumir o compromisso com a preservação do meio ambiente

• texto DENISE TURCO • [redacao@supervarejo.com.br](mailto:redacao@supervarejo.com.br)

**E**m um cenário econômico desafiador, a energia que move pequenas, médias e grandes redes supermercadistas de diferentes regiões do Brasil é cada vez mais direcionada para a eficiência energética e a preservação do planeta. A rede São Vicente, com 18 lojas dos Supermercados São Vicente e 5 unidades do atacarejo Arena Atacado, no Estado de São Paulo, associa energia às metas de descarbonização e ações de combate às mudanças climáticas, optando por uma matriz mais limpa e o menor consumo com a máxima eficiência. “As despesas com energia elétrica sempre figuram no topo da lista de uma loja, sendo estratégica a busca pela melhor eficiência possível, pois impacta diretamente no resultado. Mas, além disso, o momento atual exige de todos nós uma postura mais responsável, social e ambientalmente”, afirma Marcos Cavicchiolli, diretor-presidente da companhia varejista.

Na mesma linha, o Grupo Pereira - com 77 lojas nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste com as bandeiras de supermercado Comper e de atacarejo Fort Atacadista, entre outros negócios - investiu em um plano estratégico de eficiência energética em várias frentes, incluindo o uso de energias limpas. “Temos um senso de preservação ambiental muito forte e isso reflete nas ações para evitar desperdícios com energia e outros insumos. Isso agrega sustentabilidade, conforto para o cliente, segurança e competitividade à empresa”, ressalta Samuel Patrício Mutini, gerente nacional de energia e manutenção da empresa.

Esses grupos passaram a olhar com maior atenção para o tema da energia, não apenas pensando em diminuir a conta de luz, mas considerando a pauta ESG (Environmental, Social and Governance ou Ambiental, Social e Governança). Além disso, energia é um assunto que ganhou relevância e complexidade nos últimos



**É importante educar colaboradores para uso consciente dos recursos energéticos**

1

anos, com novidades em termos de soluções e ambiente regulatório.

Assim, o desafio atual consiste em unir eficiência energética, sustentabilidade e inovação numa visão de longo prazo. Ao fazer isso, o supermercadista realiza um excelente negócio, se tornando mais sustentável e competitivo - e até atraindo mais investimentos. Diante disso, como colocar novos conceitos e projetos em prática? “O mercado de energia está em transformação. Não há uma solução única para a loja e isso tem dificultado a tomada de decisão e adiado algumas mudanças no setor supermercadista”, analisa o Dr. Thiago Pietrobon, diretor da consultoria ambiental Ecosuporte, especializada na área de supermercados.



2

JOÃO PINOLA, DA ENGIE “NOSSOS CLIENTES EVITAM TER UM CAPEX PARA FAZER O RETROFIT E A GENTE FATURA UM OPEX AO LONGO DO TEMPO, DILUINDO ISSO NUM PERÍODO DE 15 A 20 ANOS”

////////////////

## MAIS EFICIÊNCIA

Para buscar as soluções mais adequadas, é preciso mapear o consumo, segundo Pietrobon, uma vez que energia é a terceira maior despesa de um supermercado. Dentro disso, refrigeração e climatização são os principais consumidores de uma loja, seguidos da iluminação. Resistências elétricas e motores (como seladora a vácuo, prensa de papelão etc.) completam os pontos mais representativos.

Qualquer projeto nessa área exige estudos de viabilidade e planejamento. Além de contar com a equipe de engenharia e manutenção interna, em geral, é preciso ter o apoio de parceiros com know how técnico, como consultorias e comercializadoras de energia. Essas empresas costumam fazer um diagnóstico e propor diferentes soluções capazes de reduzir custos e melhorar a eficiência. A APAS (Associação Paulista de Supermercados) possui um Comitê de Sustentabilidade que apoia os supermercadistas com informações e indicações de soluções energéticas.

Há vários tipos de iniciativas que podem ser adotadas dentro da loja, tais como: gestão da conta de luz, monitoramento inteligente do consumo de energia, retrofit do sistema



1

de refrigeração e ar-condicionado, migração para o mercado livre de energia e instalação de placas fotovoltaicas no telhado das lojas. A empresa não precisa fazer tudo isso e nem de uma única vez, pois depende do perfil e da necessidade de cada negócio. “Nunca coloque todos os ovos na mesma cesta. Isso quer dizer que é preciso ter uma fonte de energia balanceada, não só o mercado livre, não só solar, mas um mix de soluções que possa agregar valor ao negócio e mitigar a volatilidade do mercado”, diz João Pínola, diretor comercial e de operações da Engie Soluções, empresa de energia renovável que atua no país com geração, comercialização e transmissão de energia elétrica e soluções energéticas, atendendo empresas, como Grupo Peireira, Assaí, Grupo Big e Droga Raia.

Diante das várias possibilidades, é difícil estimar um percentual médio de redução de custos de energia, pois cada projeto é único. “Um diagnóstico de eficiência energética permite listar as soluções e calcular o resultado de cada uma. O importante

**Projetos nessa área exigem estudos de viabilidade e planejamento**



witzler | energia

# FAÇA A PORTABILIDADE DA SUA CONTA DE LUZ

ENERGIA LIMPA, BARATA E COM SEGURANÇA É WITZLER

**Somos uma das maiores gestoras de energia do Brasil**

E nossos clientes comprovam

**+700 milhões**

↑ de reais economizados no Mercado Livre de Energia

**+150 milhões de CO2**

↓ de redução na emissão de gases de efeito estufa

- ECONOMIA REAL DE ATÉ 35%
- ENERGIA 100% LIMPA E RENOVÁVEL
- SEM BANDEIRAS TARIFÁRIAS
- SEM HORARIO PONTA
- ZERO INVESTIMENTO
- PREÇO FIXO

Saiba mais



Witzler Energia

www.witzler.com.br

é saber que sempre há retorno neste processo, pois implementa-se apenas aquilo que dá viabilidade”, destaca Petrobrón.

O principal desafio nesses projetos é a necessidade de investimento elevado. “Uma das barreiras do varejo é ter acesso a financiamento para fazer as mudanças em termos de sustentabilidade e eficiência energética”, afirma Bruno Martinez, gerente de eficiência energética da GreenYellow, empresa de soluções em energia nas áreas de eficiência energética, geração solar, serviços em energia (comercializadora, armazenamento e gestão de faturas) e mobilidade elétrica. “Aprendemos que não há solução milagrosa e estar na vanguarda da mudança tem seus riscos e custos, mas isso permite acessar novas oportunidades com melhores benefícios, além de compreender as novidades para extrair o máximo de eficiência de cada uma delas”, acredita Cavicchioli, da rede São Vicente.

## GESTÃO DA FATURA DE ENERGIA E MONITORAMENTO

Para otimizar os custos, é possível fazer algo que parece simples, mas que nem sempre recebe a devida atenção: um pente fino na conta de luz. Afinal, na operação de um supermercado, muitos equipamentos precisam ficar ligados por longos períodos ou de forma ininterrupta, como refrigeradores, centrais de ar-condicionado, sistemas de



## MERCADO LIVRE DE ENERGIA



**Como migrar:** o supermercadista precisa fazer parceria com uma empresa comercializadora credenciada na Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE) para entender e iniciar o processo.



**Preço:** é bastante atrativo para aquisição de energia elétrica. Em dezembro de 2022, o custo da energia elétrica no mercado livre foi 51% menor do que no mercado cativo.



**Risco:** o preço da energia sofre impacto, de acordo com as condições climáticas.



**Sustentabilidade:** é possível optar pela compra de energia renovável, como a eólica e a fotovoltaica.



**Contratos:** a recomendação é comprar energia para um período de 4 anos, para se obter ganhos significativos.

**Diante das várias possibilidades, é difícil estimar um percentual médio de redução de custos de energia, pois cada projeto é único**



iluminação e ventilação.

Hoje, com a ajuda de softwares e ferramentas digitais, é possível fazer a automação da captura e leitura das faturas e, a partir daí, uma gestão apurada dos dados de energia para enxergar a real dimensão dos custos e eventuais gargalos. Esses softwares - que podem ser integrados a uma solução de BI (Business Intelligence) já usada pelo varejista - ajudam a processar todas essas informações e apresentá-las em uma plataforma de modo simplificado, formando um histórico de consumo de energia. “Muitos varejistas entendem a energia como um custo fixo e não algo que possa ser controlado. E assim deixam de implementar medidas para uso consciente desse recurso ou até mesmo para evitar o desperdício”, afirma Jéssica Macedo, executiva de novos negócios da Way2, fornecedora de soluções tecnológicas para medição e gestão de energia elétrica.

Um ponto a ser detectado nesse tipo de



BRUNO MARTINEZ, DA GREENYELLOW. “GRANDES MUDANÇAS VÃO TER QUE ACONTECER NO VAREJO ALIMENTAR NOS PRÓXIMOS ANOS, OU SEJA, INVESTIMENTOS RELACIONADOS À EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E ENERGIA RENOVÁVEL. ALGUNS PLAYERS JÁ COMEÇARAM A PENSAR NO IMPACTO NA PEGADA DE CARBONO, ALGO QUE SAI UM POUCO DA ESFERA DE REDUÇÃO DE CUSTOS E ENTRA NA ESFERA DA SUSTENTABILIDADE”  
‘//////////’

análise é a variação do consumo de acordo com o horário. “Frequentemente encontramos cenários de consumo elevado em horários em que não há faturamento ou em horário de ponta, onde a tarifa de energia pode ser mais elevada. Isso ocorre por conta de uma falha operacional que pode ser corrigida”, analisa Jéssica. Também é possível entender as penalidades que ocorrem devido a ultrapassagens ou até mesmo uma contratação elevada de demanda que gera um custo desnecessário. “É importante também educar e estimular os colaboradores para uso mais consciente dos recursos energéticos”, lembra Jéssica, sugerindo estabelecer metas e dar bonificações para os times em relação a isso.

Em paralelo à gestão das faturas, há soluções tecnológicas para fazer o monitoramento do consumo de energia por seção da loja, indicando exatamente as áreas que mais impactam na composição final dos custos. Por exemplo: uma loja abre às







**SAMUEL PATRÍCIO MUTINI,**  
GERENTE NACIONAL DE ENERGIA E MANUTENÇÃO  
DO GRUPO PEREIRA.

## GRUPO PEREIRA

**Perfil:** 77 lojas nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, com as bandeiras de supermercado Comper e de atacarejo Fort Atacadista, entre outros negócios.

**Motivação:** consciência ambiental, redução de custos e desenvolvimento tecnológico para investir em fontes de energias renováveis e mais eficientes.

**Energia limpa:** há alguns anos fez a migração para o mercado livre de energia para uso de energia renovável, no caso, a eólica. Na sede da empresa, em Campo Grande (MS), possui painéis solares que produzem 30% da energia consumida. Em 2022, o grupo inaugurou a primeira usina



solar em uma filial Fort Atacadista, em Cuiabá (MT), e agora expande esse projeto para outras lojas para diminuir o impacto ambiental. A redução de custos com energia limpa é de 35%.

**Eficiência energética:** a empresa optou por soluções, como iluminação LED; uso de equipamentos mais eficientes, como balcões refrigerados fechados; iluminação natural, com uso de dispositivos que permitem aproveitar a luz solar na área de vendas; ar-condicionado do tipo inverter e automação da climatização e iluminação.

**Próximos passos:** para gerenciar as iniciativas de eficiência energética, o Grupo Pereira estuda a implementação de sistemas de monitoramento integrado para aperfeiçoar os ganhos e evitar o desperdício.

você está gastando mais energia para alcançar o resfriamento desejado”, diz.

Como o retrofit demanda alto investimento, uma possibilidade é trabalhar em parceria com grandes companhias de energia que fazem o diagnóstico, indicam as soluções, implementam e financiam essa troca de equipamentos. “Nossos clientes evitam ter um Capex para fazer o retrofit e a gente fatura um Opex ao longo do tempo, diluindo isso num período de 15 a 20 anos”, comenta João Pinola, da Engie.

A GreenYellow, por exemplo, fica responsável pela parte de engenharia, compra, implantação e gestão da obra, além de ajudar a operar o ativo, ou seja, faz a manutenção preventiva durante o período do contrato, também em torno de 10 a 15 anos, segundo Martinez. Ele conta que a companhia já executou vários projetos de retrofit no varejo, como em uma das lojas do Hiperbom Supermercados, que possui cinco unidades em Florianópolis (SC). O projeto focou no sistema de ar-condicionado, na troca de automação da sala de máquinas e no fechamento de balcões verticais e ilhas congeladas. No projeto luminotécnico, foi feita a troca de lâmpadas fluorescentes por luminárias LED.



## GRUPO MUFFATO

**Perfil:** cerca de 100 lojas nos Estados de São Paulo e Paraná, com as bandeiras de supermercado Super Muffato e atacarejo Max Atacadista.

**Motivação:** a empresa parte do princípio de que eficiência energética e sustentabilidade são indissociáveis para o meio ambiente e os negócios.

No GPA, a GreenYellow fechou contrato para substituição dos chillers dos sistemas de ar-condicionado em seis lojas das redes Extra e Pão de Açúcar, nos Estados de São Paulo, Goiás, Rio Grande do Norte, Distrito Federal e Rio de Janeiro. O objetivo é diminuir em 23% o consumo energético do ar-condicionado dessas unidades, chegando a uma economia de 3,7 GWh anuais.

Já na rede Lopes Supermercados, com lojas no Estado de São Paulo, a GreenYellow realizou a modernização da iluminação, fechamento dos balcões refrigerados, automação do ar-condicionado e refrigeração. Além disso, como as unidades funcionam como um complexo comercial, com lojas terceirizadas dentro do seu espaço, foi realizada uma medição setorial para ter o controle do consumo exato de energia dos lojistas. Antes, o sistema utilizado era o de rateio geral do valor. A automatização e a modernização dos equipamentos geraram uma economia média de 30% no consumo de energia.

Equipamento antigo consome mais energia, exige mais gastos com manutenção e possui componentes que agredem o meio ambiente. Por isso, ao pensar em retrofit, também é preciso ficar atento ao vazamento de gases refrigerantes, enquadrado

**Energia limpa:** a empresa investiu na instalação de uma usina solar no telhado da loja Max Atacadista, em São José do Rio Preto (SP). São 2.8 mil placas fotovoltaicas para captação de energia do sol, com capacidade anual de geração de 1.538.556,70 kWh. Nesta unidade, também instalou um eletroposto com capacidade para abastecer de quatro a 24 carros por dia, gratuitamente.

**Eficiência energética:** nas lojas antigas, promoveu reestruturações na arquitetura interna e externa, troca de refrigeradores, luminárias etc. Nas lojas novas, buscando a eficiência energética, investe em arquitetura que beneficia a entrada de luz natural, equipamentos de refrigeração com menor consumo de energia e iluminação LED com sistema de dimerização.

**Benefícios:** na comparação entre as unidades novas e antigas, o ganho energético varia de 25% a 44% com a implementação de todas essas mudanças. Além da economia, há outros benefícios, como conforto visual para os clientes, produtos mais bem conservados e ganho ambiental com a redução no consumo de energia.

**Próximos passos:** a eficiência energética já foi incorporada à cultura organizacional do Grupo Muffato. Com isso, todos os projetos terão investimentos nesse sentido, a exemplo das novas lojas, que já são estruturadas para receber usinas solares no futuro.



recentemente como crime ambiental pelo IBAMA (Instrução Normativa 20/2022). Aliás, a mesma norma definiu a eliminação, até 2030, de alguns gases usados nos sistemas de refrigeração, entre eles o R-22, que ainda é bastante usado no setor supermercadista. “Fizemos uma simulação de cenários e vimos que, a partir de 2024, a disponibilidade de R-22 estará 9% abaixo da demanda atual. Então, fatalmente o preço vai aumentar”, alerta Pietrobon.

Qual é a saída? O supermercado precisa começar a se planejar desde já para adotar equipamentos mais modernos e outros tipos de fluidos refrigerantes e, nesse sentido, o retrofit é algo que pode ser feito. A tendência é adotar os gases naturais, como o CO2 já utilizado na Europa. A GreenYellow, por exemplo, conduz atualmente um projeto piloto em uma rede varejista utilizando este fluido.



**DANIEL PEGORARO JÚNIOR,**  
**DIRETOR COMERCIAL DO IRANI SUPERMERCADOS.**

### **IRANI SUPERMERCADOS**

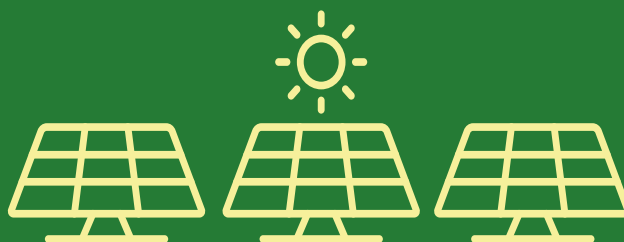
**Perfil:** quatro lojas no Paraná.

**Motivação:** a responsabilidade socioambiental faz parte dos valores da empresa, que também está atenta ao comportamento do consumidor, que cada vez mais considera a questão da sustentabilidade em suas decisões de compra.

**Energia limpa:** a empresa instalou uma usina solar na loja da cidade de Cascavel (PR), com 1.500 placas solares capazes de gerar 830 kWh/ano. Isso corresponde a 2.538 árvores preservadas e 384 toneladas de CO2 não emitidas ao ano.

**Eficiência energética:** em todas as lojas, há sistema de refrigeração sustentável e captação de água das chuvas.

**Benefícios:** a economia que a usina solar possibilita é de 30%, em média, comparado ao custo da energia elétrica convencional. **Próximos passos:** em 2023, as quatro unidades estarão com energia do mercado livre oriundas de fontes renováveis. A empresa também estuda a instalação de uma nova usina solar em uma das lojas.





**MARCOS CAVICCHIOLI,**  
DIRETOR-PRESIDENTE DA REDE SÃO VICENTE.

## SÃO VICENTE

**Perfil:** 18 lojas da bandeira Supermercados São Vicente e 5 unidades do atacarejo Arena Atacado, no Estado de São Paulo.

**Motivação:** busca pela eficiência energética, redução do desperdício e responsabilidade socioambiental. A gestão de energia é uma das frentes de trabalho da empresa quando o assunto é ESG.

**Energia limpa:** a rede fez a migração para o mercado livre de energia para uso de fontes renováveis com o objetivo de agregar resultados financeiros e de impacto ambiental.

**Eficiência energética:** há 15 anos a rede faz melhorias nesse sentido e está em constante evolução. Já foram realizados investimentos para aproveitamento da luz natural, isolamento térmico das lojas e modernização da iluminação, com LEDs de alto rendimento e projetos luminotécnicos para direcionar a luz de forma correta, além da modernização do sistema de refrigeração, com controladores e dispositivos que geram economia.

**Próximos passos:** no curto e médio prazo, a empresa está atenta à tendência

de eliminação de gases que destroem a camada de ozônio e promovem o aquecimento global. Por isso, já estuda, para as lojas novas, não apenas novas tecnologias, mas layout, interferências externas e aspectos da operação, buscando entender toda a performance. No longo prazo, irá acompanhar o desenvolvimento de novas fontes de energia e formatos de acesso.



## MERCADO LIVRE DE ENERGIA

Para os supermercados, o mercado livre é uma alternativa para comprar energia mais barata. No modelo tradicional (também chamado de mercado cativo), as empresas adquirem energia elétrica de uma concessionária que faz a distribuição para determinada região com tarifas reguladas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). Já no mercado livre de energia, vendedores e compradores negociam energia elétrica com flexibilidade de prazos e preços. Isso significa que empresas do comércio, indústria e serviços podem escolher comprar diretamente de geradoras e comercializadoras de energia. Também podem vender a energia excedente.

Para se ter uma ideia de valores, em dezembro de 2022, o custo da energia elétrica foi de R\$ 277/MWh no mercado regulado e de R\$ 135/MWh do mercado livre, uma diferença de 51%, segundo Rodrigo Ferreira, presidente-executivo da Abraceel (Associação Brasileira dos Comercializadores de Energia).

Uma característica dessa modalidade é a sazonalidade, porque o clima é uma variável importante que impacta o preço. “Há dois anos, por exemplo, tivemos a crise hídrica e a energia no mercado livre

estava cara. Com as chuvas recentes e os reservatórios com níveis altíssimos, está mais barata”, diz João Pínola, da Engie.

Por isso, é preciso entender as especificidades, os riscos e buscar parceiros especializados para comprar energia no momento certo. “Isso não chega a ser um problema, apenas é mais trabalhoso. Mas há possibilidade de reduzir entre 12% e 20% o custo final”, afirma Pietrobon. As comercializadoras de energia recomendam que o supermercadista faça a compra de energia para um período de 4 anos, para que os ganhos sejam atrativos.

Para sair do modelo cativo e migrar para o mercado livre, há alguns critérios. Pela regra atual, é necessário ter demanda mensal de energia superior a 500 kW - nível geralmente atingido por grandes operações. “Mas, no ano passado, o MME (Ministério de Minas e Energia) publicou a Portaria 50/2022, autorizando todos os consumidores de energia elétrica em alta tensão, do chamado grupo A, a migrarem para o mercado livre de energia

a partir de janeiro de 2024, se assim decidirem”, explica Ferreira, da Abraceel. Segundo ele, essa decisão tem potencial de beneficiar um grupo de 106 mil consumidores de energia em alta tensão, ou seja, empresas que têm contas de energia elétrica acima de R\$ 10 mil/mês. Muitos supermercadistas devem se encaixar nesse grupo. Segundo a Abraceel, atualmente, o mercado livre responde por 37% do consumo nacional de energia elétrica no país.

## ENERGIA LIMPA

A matriz energética brasileira é uma das mais limpas do mundo e a busca por fontes de energias renováveis é tendência no mercado nacional. No setor de supermercados não é diferente. O mercado livre de energia oferece, também, a possibilidade de comprar energia elétrica proveniente de fontes renováveis, como a eólica e a fotovoltaica. As empresas geradoras produzem essas energias em grandes empreendimentos - nas fazendas solares ou nos parques eólicos - e comercializam para o

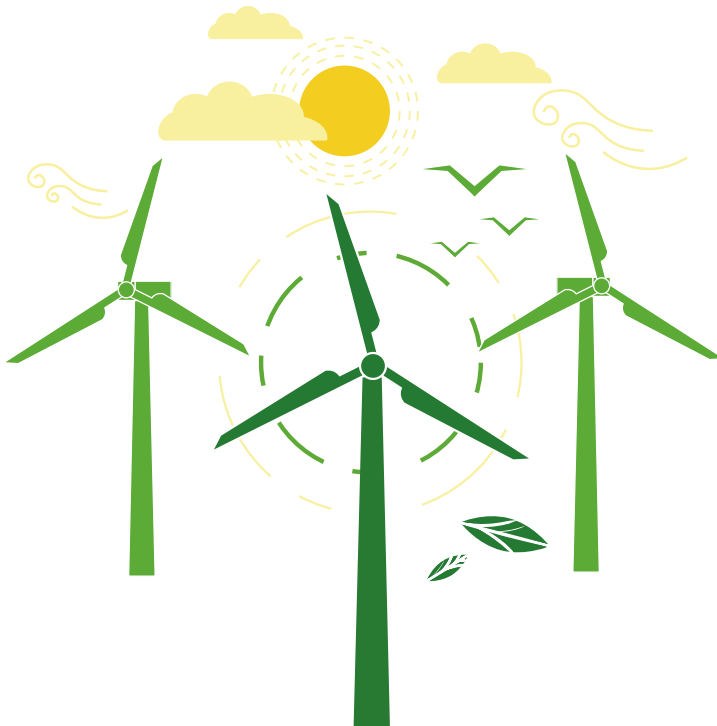


**Há vários tipos de iniciativas que podem ser adotadas. A empresa não precisa fazer tudo isso e nem de uma única vez, pois tudo depende do perfil e da necessidade de cada negócio**

mercado. Esses contratos envolvem investimento elevado e de longo prazo, de 10 a 15 anos. O Grupo Pereira, por exemplo, firmou contrato para compra de energia eólica até 2029 com a Engie, que possui parque eólico na Bahia.

De forma geral, para as redes supermercadistas de grande porte, o mercado livre tem se mostrado mais interessante em termos de energia limpa. Já para as empresas menores, as soluções de energia solar fotovoltaica são mais viáveis, segundo Pietrobon, da Ecosuporte.

Nos últimos anos, a geração de energia elétrica a partir de placas fotovoltaicas no local de consumo (em residências e empresas) ou próximas a ele vem crescendo. Em 2022, houve um aumento expressivo de 75% em relação a 2021. Os fatores que contribuíram para esse cenário foram a queda nos preços do sistema fotovoltaico e do frete internacional (a maioria das placas é importada), comparando janeiro de 2023 com o mesmo mês do ano anterior, segundo estudo da Greener, empresa de dados, inteligência de mercado e investimento voltada para transição energética, com foco no mercado de energia solar.



**Empresas costumam fazer um diagnóstico e propor diferentes soluções capazes de reduzir custos e melhorar a eficiência**

**Ter eficiência energética não significa apenas pagar mais barato a conta de luz, mas reduzir o consumo de energia.**

Conjunto de soluções que possibilitam redução de custos, eficiência energética e sustentabilidade:

1. Gestão da fatura de energia, com automação de captura e processamento dos dados.
2. Gestão da fatura de energia, com automação de captura e processamento dos dados.
3. Gestão da fatura de energia, com automação de captura e processamento dos dados.
4. Gestão da fatura de energia, com automação de captura e processamento dos dados.
5. Gestão da fatura de energia, com automação de captura e processamento dos dados.



## GRUPO WITZLER

A eficiência energética está diretamente relacionada à cultura da empresa. E, muitas vezes, essa cultura precisa ser reavaliada para de fato trazer benefícios em termos de economia e uso inteligente de energia. “Em muitos casos, quando o supermercadista vai comprar um equipamento ou fazer uma manutenção, ele realiza o cálculo focando apenas no investimento, e não no quanto determinado equipamento irá custar mensalmente consumindo energia”, afirma Lucas Witzler, CEO do Grupo Witzler, que atua na prestação de serviços de inteligência, comercialização no Mercado Livre de Energia, geração de energia renovável e projetos de eficiência energética. Por isso é fundamental que todos os colaboradores entendam que é necessário cuidar do consumo de energia.

O Grupo Witzler já desenvolveu vários projetos no setor varejista, a exemplo da parceria com a Rede Tonin, que possui quatro lojas de supermercados e 14 de atacado em São Paulo e Minas Gerais. “Começamos com a migração para o Mercado Livre de Energia e, após isso, entramos com inteligência e tecnologia na refrigeração, o que acarretou mais de 30% de economia na fatura de energia e mais de 15% de redução de consumo”, conta Witzler.



JÉSSICA MACEDO, DA WAY2.  
 “MUITOS VAREJISTAS ENTENDEM A ENERGIA COMO UM CUSTO FIXO E NÃO ALGO QUE POSSA SER CONTROLADO. E ASSIM DEIXAM DE IMPLEMENTAR MEDIDAS PARA USO CONSCIENTE DESSE RECURSO OU ATÉ MESMO PARA EVITAR O DESPERDÍCIO”

////////////////

Esse mercado também possui suas particularidades, mas, de forma geral, os supermercados investem na energia solar com a geração local, ou seja, a partir da instalação de placas fotovoltaicas no telhado da loja. Neste caso, a energia é gerada e consumida no mesmo local.

O Irani Supermercados, rede com quatro lojas no Paraná, investiu cerca de R\$ 2 milhões nessa área. “Temos uma usina solar instalada em uma de nossas lojas, na cidade de Cascavel. São 1.500 placas solares capazes de gerar aproximadamente 830 kWh/ano, o que corresponde a 2.538 árvores preservadas e 384 toneladas de CO2 não emitidas ao ano”, conta Daniel Pegoraro Júnior, diretor comercial da empresa.

Diversificando as soluções energéticas, o Grupo Muffato também



1

apostou na energia solar. “Um projeto do qual nos orgulhamos é o da usina solar instalada no Max Atacadista de São José do Rio Preto, interior de São Paulo, que tem capacidade anual de geração de 1.538.556,70 kWh, dando autonomia e eficiência à operação”, diz Everton Muffato, diretor do Grupo Muffato.

O setor de energia solar tem avançado em relação ao arcabouço regulatório e segurança jurídica, segundo Luiza Bertazzoli, coordenadora de inteligência de mercado da Greener. Porém, algumas mudanças recentes, como o marco legal do setor (Lei 14.300), precisam ser consideradas. De forma simplificada, os empreendimentos que conectaram painéis de energia solar a partir de janeiro de 2023 começaram a pagar pelo uso da rede da distribuidora. Até então, quem instalava as placas estava isento dessa taxa. Embora o retorno do investimento deva ficar menos atrativo com a nova norma, a geração solar própria continua sendo vantajosa, segundo os estudos da Greener.



**RODRIGO FERREIRA, ABRACEEL (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS COMERCIANTIZADORES DE ENERGIA). “EM DEZEMBRO DE 2022, O CUSTO DA ENERGIA ELÉTRICA FOI DE R\$ 277/MWH NO MERCADO REGULADO E DE R\$ 135/MWH DO MERCADO LIVRE, UMA DIFERENÇA DE 51%”**

////////////////////

## SUSTENTABILIDADE: DO DISCURSO PARA A AÇÃO

As mudanças climáticas e a necessidade de redução das emissões de combustíveis fósseis e gases de efeito estufa, que destroem a camada de ozônio e contribuem para o aquecimento global, são preocupações que têm levado o mundo rumo a uma economia de baixo carbono. Atento a isso, o consumidor passou a cobrar das marcas um posicionamento mais ativo. Por essa razão, as empresas estão se comprometendo com metas de redução de carbono e práticas sustentáveis. Agora, mais do que nunca, é preciso não apenas assumir compromissos ambientais, mas colocá-los em prática. “As mudanças climáticas exigem uma mudança na economia, processo que está apenas no início, buscando a descarbonização das cadeias produtivas”, analisa o Dr. Thiago Pietrobon, diretor da consultoria ambiental Ecosuporte.



**A matriz energética brasileira é uma das mais limpas do mundo e a busca por fontes de energias renováveis é tendência no mercado nacional**




“Grandes mudanças vão ter que acontecer no varejo alimentar nos próximos anos, ou seja, investimentos relacionados à eficiência energética e energia renovável. Alguns players já começaram a pensar no impacto na pegada de carbono, algo que sai um pouco da esfera de redução de custos e entra na esfera da sustentabilidade”, comenta Bruno Martinez, da GreenYellow. Outro aspecto é que as companhias, especialmente as maiores, precisam atender a uma série de critérios ESG, inclusive com metas de carbono zero, para receber aplicações de fundos de investimento.

Segundo Martinez, a expectativa é termos um mercado regulado de carbono nos próximos anos e os vários setores deverão fazer a sua parte. “O Brasil precisa ser carbono zero até 2050”, alerta. Com isso, cai por terra a crença de que sustentabilidade e lucro estão em lados opostos. “Eficiência energética e sustentabilidade são indissociáveis hoje, para o

meio ambiente e para os negócios”, acredita Everton Muffato, diretor do Grupo Muffato.

O setor de energia está em plena evolução no Brasil e os supermercados também estão em um momento de descoberta e inovação nesse sentido. Novas regulamentações, modelos de negócios e fontes de energia estão por vir. “O investimento em hidrogênio verde, por exemplo, é muito grande na Europa e no Brasil. Não me espantaria ver, no futuro, geradores movidos a hidrogênio verde nos supermercados”, diz Pietrobon.

Para as redes supermercadistas, como o Grupo Muffato, o grande aprendizado ao investir em eficiência energética e sustentabilidade é que isso não se resume a um projeto isolado, mas faz parte de uma nova visão de negócios. “Precisamos estar sempre buscando novas soluções e nos preparando para demandas do futuro sem perder de vista o tripé da sustentabilidade”, conclui Everton Muffato. ●



**Mais do que nunca, é preciso não apenas assumir compromissos ambientais, mas colocá-los em prática**