



Na Mídia

22/07/2022 | [Canal Energia](#)

CONSUMIDORES DE ENERGIA CADA DIA MAIS EMPODERADOS

Hoje os consumidores têm ao seu dispor várias opções de escolha e ofertas no mercado, desde a geração solar, mercado livre e até energia por assinatura

Michele Rios

Nos últimos anos, o setor de energia seguiu os outros setores da economia e tem apresentado evoluções regulatórias que trazem mais liberdade para os consumidores e vai além disso, dá mais poder de escolha. Hoje os consumidores têm ao seu dispor várias opções de escolha e ofertas no mercado, desde a geração solar, mercado livre e até energia por assinatura.

As novas tecnologias e regulamentações aliadas à crescente digitalização do mundo estão transformando inúmeros setores. Neste contexto, o setor de energia vem abraçando estas evoluções sob a ótica dos 3 D's, a descarbonização, a descentralização e a digitalização. Assim, o consumidor vem, cada vez mais, se empoderando e enxergando seu papel central neste novo mundo. "Ele está cada vez mais atento ao seu impacto no meio ambiente e das opções disponíveis para mitigar tal impacto, de modo que busca assumir o controle de sua vida energética e se valer de todos os benefícios que estão nascendo, como a geração de sua própria energia, o monitoramento e entendimento de seu consumo de energia e, principalmente, da liberdade de escolha entre as melhores opções", disse diretor de inteligência de mercado e marketing da 2W, Danilo Lima.



Atualmente, o novo consumidor de energia é caracterizado, principalmente, pelo seu novo papel de protagonismo frente a todas as opções que existem no mercado.

Danilo Lima, da 2W Energia

De acordo com o diretor da 2W, o novo consumidor de energia é caracterizado, principalmente, pelo seu novo papel de protagonismo frente a todas as opções que existem no mercado. “Há uma grande gama de novas soluções para todo tipo de consumidor – empresas de grande porte, micro e pequenas empresas e consumidores pessoas físicas, sendo oferecidas tanto pelas grandes empresas do setor de energia (conhecidas como incumbentes) como também por um crescente número de startups. O maior desafio do novo consumidor de energia é navegar entre todas estas opções e decidir qual delas melhor se encaixa em suas necessidades e as novas tecnologias como armazenamento de energia e mobilidade elétrica estão despontando como uma grande onda para os próximos anos”.

As novas tecnologias estão impactando todos os elos da cadeia de energia elétrica e, com isso, muitas empresas estão se preparando e observando essa mudança. “Estamos passando por uma mudança de comportamento e as pessoas estão mudando a forma de se relacionar com as empresas e a forma como elas estão escolhendo as empresas com quem elas vão fazer negócio, e essa mudança de comportamento atinge diretamente também o setor de energia”, ressaltou o diretor de mercado da Enel Brasil, Luiz Flávio Xavier.



Hoje o consumidor de energia está mais ativo e tem mais gestão da sua própria conta de energia.

Luiz Flávio Xavier, da Enel Brasil

Ele acredita que o consumidor com maior poder de escolha vai querer ter não apenas uma energia acessível mais barata, mas também de fonte renovável que tenha origem e seja certificada e isso traz para as empresas uma grande oportunidade de vida e um desafio também. “Hoje esse consumidor de energia está mais ativo e tem mais gestão da sua própria conta de energia e consequentemente isso traz para a gente também o nível maior de necessidade de atender esse cliente, ou seja, o nível de exigência aumenta e as novas tecnologias estão aí para gente conseguir fazer com que as empresas consigam dar esse salto e provendo mais informação”.

Xavier também afirmou que uma das vantagens desses consumidores mais engajados é que as novas tecnologias vieram juntas e agora transformadas. “A pandemia trouxe um caminho de evolução e amadurecimento dos canais das empresas que estão para atender essa mudança no perfil do consumidor. Hoje, o cliente busca a sua rede social sem entrar diretamente no canal da distribuidora e ele tem ali um contato direto com alguém da empresa que vai monitorar e de maneira proativa identificar uma falha e corrigi-la o mais rápido possível”.

Atualmente as novas gerações possuem dois traços muito característicos: sua intimidade com o mundo digital, móvel e conectado e suas interações por meio de redes sociais. “O consumidor atual se importa mais com o que está ao seu entorno então ele se engaja não apenas por suas causas, mas pelas causas dos outros e a gente vê hoje, por exemplo, os clientes que fazem algum tipo de demanda em uma rede social e tenha rapidamente um forte apoio de várias outras pessoas que só passaram ali viram que alguém tem problema e querem apoiar. E de olho nisso, as empresas precisam ser cada vez mais transparentes no sentido de assumirem ali os problemas e propor soluções rápidas, e a gente já está nesse caminho de transparência”, explicou Xavier.

Roberta Godói, vice-presidente de soluções energéticas e líder da (re)energisa, lembrou do caminho que o setor financeiro teve com a chegada de bancos digitais e também acredita que o consumidor está cada vez mais ligado ao digital e mais engajado. “Os consumidores de energia já estão acostumados com jornadas digitais em outros serviços, como bancos, telecomunicações, compras e até serviços de entrega de refeições. E hoje eles esperam que as jornadas de compra de energia, principalmente na geração distribuída, também possam ser feitas de forma digital. E com isso as empresas de energia que não se adaptarem a essa situação acabam ficando de alguma forma em desvantagem em relação a esse novo consumidor”.



***Eu acho que muita empresa que existe hoje
vai acabar deixando de existir justamente
porque esse consumidor é muito diferente, ele
tem valores mais sustentáveis.***

Roberta Godói, da (re)energisa

mudança. “Eu acho que muita empresa que existe hoje vai acabar deixando de existir justamente porque esse consumidor é muito diferente, ele tem valores mais sustentáveis. Eu acredito que essa questão do renovável vai estar cada vez mais no foco porque tem a ver com um propósito e a gente sabe que essa geração se engaja com esse propósito, a coisa da autonomia, de poder contratar e descontratar a hora que quiser e isso vai ser muito importante para o nosso mercado que ainda é muito baseado no modelo mais antigo”, afirmou Roberta.

Para o presidente da Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), Marco Madureira, os últimos dois anos trouxeram desafios importantes para o setor. “A pandemia da Covid-19 trouxe um novo perfil de consumidor e mudou a utilização de energia nas residências. Muita coisa mudou e fez com que as pessoas passassem a interagir mais através de redes virtuais. Além disso, o consumidor de energia elétrica passou a ter a possibilidade de gerar parte da sua energia através da geração distribuída. Hoje nós já temos mais de 1 milhão de unidades conectadas nas redes elétricas trazendo um novo perfil de um consumidor, que ao mesmo tempo é consumidor e gerador de energia elétrica. Essa é uma mudança já sentida por todos. Com isso, ele deixa de ser uma figura simplesmente de um consumidor e agora está inserido dentro do sistema elétrico”.



A pandemia da Covid-19 trouxe um novo perfil de consumidor e mudou a utilização de energia nas residências.

Marco Madureira, da Abradee

O executivo vê os carros elétricos como a nova tecnologia mais próxima de se tornar realidade de massa para os consumidores. “Os veículos elétricos já são uma realidade, porém inicial, mas que abre novas possibilidades de outras interações dos consumidores com o sistema elétrico e com a própria relação com os servidores de energia elétrica”, ressaltou.

Já o presidente-executivo da Associação Brasileira dos Comercializadores de Energia (Abraceel), Rodrigo Ferreira, destacou que o consumidor do século XXI deseja que tudo seja integrado: bateria, medidor digital, app, veículo elétrico, resposta da demanda, mobilidade e geração renovável. Ele também afirmou que o consumidor tem muito mais acesso aos produtos digitais customizados. “Contudo, vejo que o consumidor no setor elétrico ainda é visto como ser abstrato, que não participa da decisão, mas que a abertura de mercado deverá mudar essa posição”, ressaltou.



O consumidor no setor elétrico ainda é visto como ser abstrato, que não participa da decisão, mas que a abertura de mercado deverá mudar essa posição.

Rodrigo Ferreira, da Abraceel

Do lado das empresas para quais a energia é uma questão estratégica, Carlos Faria, diretor-presidente da Associação Nacional dos Consumidores de Energia (Anace), afirma que a geração Y e Z estão antenadas e interessadas em novas tecnologias para aumentar a competitividade. “O uso de novas tecnologias vai aumentar a eficiência energética das operações dos nossos associados em favor do consumidor”, disse.



O consumidor do futuro está preocupado com uma matriz mais limpa e obviamente com a predominância das renováveis.

Carlos Faria, da Anace

Ele acredita que o aumento do uso de smart grids, ou redes inteligentes, poderá aumentar a competitividade setorial, porém ainda é uma coisa que está engatinhando no País. “Posso dizer que o Brasil vive um momento de transição energética buscando uma matriz mais limpa e o futuro está aí também. O consumidor do futuro está preocupado com uma matriz mais limpa e obviamente com a predominância das renováveis e o famoso 4D’s dessa geração, a descentralização, a descarbonização, a democratização e a digitalização do setor de energia”, explicou.

Segundo Clauber Leite, coordenador de projeto do Instituto Pólis, os avanços tecnológicos são bem-vindos e a transição de tecnologia traz os avanços com medidores inteligentes. “Porém ainda é preciso olhar para os consumidores de baixa renda que muitas vezes deixam de se alimentar para pagar uma conta de energia”, disse.



Os avanços tecnológicos são bem-vindos e a transição de tecnologia traz os avanços com medidores inteligentes.

Clauber Leite, do Instituto Pólis

Energia solar

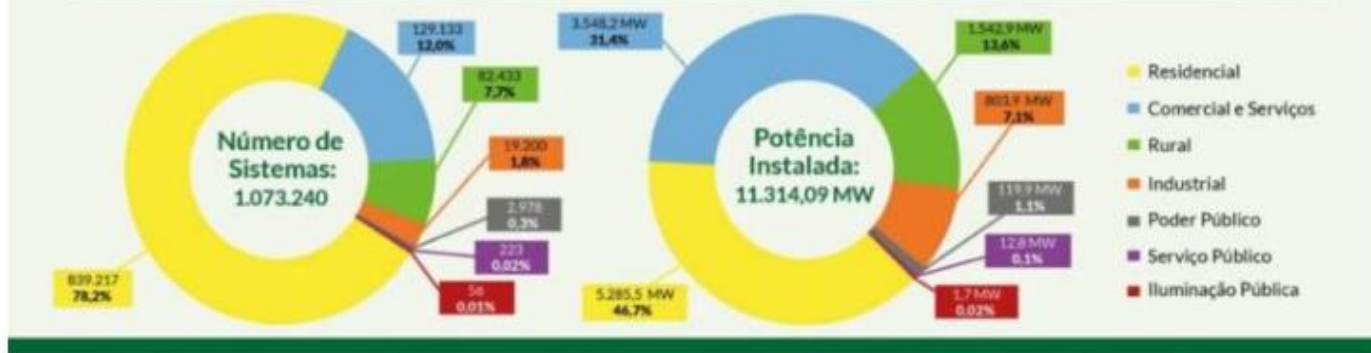
Por outro lado, de olho em novidades e em especial ligadas a sustentabilidade, os consumidores de energia estão cada vez mais engajados e dispostos a pagar por novas soluções. É o que mostra uma pesquisa global realizada com 34 mil consumidores distribuídos em 17 países, incluindo o Brasil, divulgada pela consultoria EY.

Segundo a pesquisa intitulada de “Navigating the Energy Transition” (Navegando na Transição Energética, em tradução livre), cerca de 92% dos consumidores têm em suas residências um novo produto ou serviço relacionado à energia, 86% estão interessados em geração própria, 25% estão considerando a compra de um veículo elétrico e 13% pensam em armazenar energia em baterias nos próximos três anos.

Dados da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar) mostram que o número de consumidores brasileiros que usam energia solar ultrapassa 1 milhão. Deste montante, 78,2% são residências, 12% são comércios e serviços, 7,7% correspondem a produtores rurais, 1,8% de indústrias e 0,3%, o poder público.

Geração Distribuída Solar FV no Brasil por Classe de Consumo

Fonte: ANEEL/ABSOLAR, 2022.



“Historicamente o consumidor de energia do mercado cativo sempre teve um papel um pouco mais passivo frente ao setor. Porém, com os anos essa realidade tem sido alterada e esse consumidor tem ganhado cada vez mais liberdade de escolha seja pela tendência que gente tem ouvido cada vez mais falar apesar dela ainda não ser concretizada em ações efetivas que permitam com que mais consumidores acessem ao mercado livre seja em virtude mesmo das mudanças que tem permitido com que o consumidor gere a sua própria energia, estimular esse consumidor a busca por eficiência energética e assim sucessivamente”, disse Bárbara Rubim, vice-presidente da Absolar.

A executiva ainda destacou que a maior gama de opções oferecidas aos consumidores tem deixado ele cada vez mais antenado, buscando mais opções de economia por meio da geração própria, ou por meio efetivamente de outras medidas de eficiência energética. “O consumidor está cada vez mais prestando atenção na sua conta, até mesmo por causa da relevância que essa conta tem tido no seu orçamento familiar, então acho que tudo isso é um cenário que tem chamado o consumidor de energia elétrica para saber mais sobre o setor e trazido esse consumidor de fato para uma postura mais ativa com relação ao setor elétrico. Vejo também o consumidor cada vez mais envolvido tanto com energia solar, mas também com o armazenamento de energia, com veículos elétricos. Ele vai pensar cada vez mais em como é que ele integra tudo isso a sua casa ou comércio buscando uma melhor utilização”.



A chegada dos veículos elétricos e das baterias de armazenamento são duas tendências.

Bárbara Rubim, da Absolar

“A chegada dos veículos elétricos e das baterias de armazenamento são duas tendências e elas estão muito correlacionadas a um aumento do uso da energia solar porque para um consumidor por exemplo que decidir ter um carro elétrico faz todo o sentido ele querer também gerar a própria energia como uma forma de economizar na recarga desse veículo e aumentar assim o seu perfil de eficiência efetivamente”, explicou. Além disso, Bárbara também destacou que gerar a própria energia é uma tendência que vai estar cada vez mais alinhada seja um desejo pessoal de um consumidor, de uma família, ou de uma empresa que também tem que se adequar a valores cada vez mais fortes no mercado.

Para o sócio-fundador e diretor de operações da Blue Sol Energia Solar, José Renato Colaferro, a geração própria de energia é uma decisão pelo menos inicial para que o consumidor possa ter o poder de economia, de gerar energia e se tornar menos dependente.



A geração própria de energia é uma decisão pelo menos inicial para que o consumidor possa ter o poder de economia, de gerar energia e se tornar menos dependente.

José Renato Colaferro, da Blue Sol Energia Solar

“Vamos ter consumidores cada vez mais engajados, principalmente com novas tecnologias crescendo no Brasil. As duas mais óbvias são o armazenamento em baterias e os veículos elétricos que vão demandar mais energia”. Ele ainda destacou que o consumidor de energia está ganhando a relevância que ele sempre devia ter.

Segundo o executivo da Blue Sol, o uso de energia solar é uma das oportunidades mais relevantes para os consumidores. “Eu acho que assim o consumidor se torna mais participativo, pois ele ainda não tem o poder de decidir sobre qual o gerador ele quer comprar, enfim, se ele quer comprar de uma ou outra comercializadora”.



Do lado do consumidor, Cildete Maria de Almeida Furtado, cliente da Blue Sol, acredita que as empresas de energia solar vieram para revolucionar o sistema energético no Brasil, pois o país tem um potencial de geração de energia limpa e precisamos explorar mais as nossas riquezas. “O consumidor precisa de um acompanhamento de perto, aquele contato direto que acho que é de extrema importância e faz a fidelização do cliente. Com a energia solar espero ter resultados positivo a longo prazo, com energia limpa e acredito que todo consumidor deve pensar dessa forma”.

Energia por assinatura

A conta de luz cada vez mais cara e a bandeira tarifária acionada durante a maior parte de 2021 levaram os consumidores a optar por outros meios de obter energia e uma delas foi a opção de energia por assinatura com o objetivo de ver os custos recuarem. E de olho nesse movimento, a Nextron entrou no mercado para oferecer a modalidade de energia por assinatura, que nada mais é do que geração compartilhada. O termo compartilhado cada vez mais faz parte do dia a dia dos consumidores mais jovens que utilizam muito a assinatura de serviços compartilhados. Esse movimento já é observado em vários pontos do Brasil e cada vez mais cria força.

“O compartilhamento veio para baratear o preço da energia, como se fosse um Uber ou um Airbnb. A Nextron trouxe a geração de energia compartilhada, onde tudo acontece de forma mais personalizada. A geração de hoje aluga tudo, desde casas e carros. O produto de assinatura veio para deixar mais fácil a vida do consumidor. É uma tendência mundial de tudo ser descentralizado e no nosso segmento você descentraliza energia e compartilha e nesse caso você assina um produto com uma pegada mais moderna e totalmente aderente com os tempos de hoje”, disse o sócio-fundador da Nextron, Ivo Pitanguy.



O produto de assinatura veio para deixar mais fácil a vida do consumidor. É uma tendência mundial.

Ivo Pitanguy, da Nextron

E vivendo de fato essa experiência, o consumidor e assinante da Nextron, Guilherme Borges, acredita que a transparência na cobrança e o atendimento rápido e objetivo são um grande diferencial para as empresas de energia. “Além de proporcionar o uso de uma energia renovável, que ajuda no uso consciente dos recursos naturais do planeta, o atendimento ágil e mais humanizado faz toda a diferença”.

Mercado livre

A abertura do mercado livre, prevista para o início de 2024, faz com que o papel do consumidor ganhe relevância e ele exerça um papel ativo. “O mercado livre de energia é uma das oportunidades mais relevantes para os consumidores. Sem dúvidas, a partir do momento que o consumidor possui opções de escolha, ele pode migrar para aquele provedor que mais atender às suas expectativas, seja de preço, tipo de energia, período de contrato e etc. A concorrência também força os provedores a entregar melhores serviços e soluções mais customizadas”, disse o vice-presidente de aquisição de clientes e transformação do negócio da Esfera Energia, Guilherme Esperidião.



O mercado livre de energia é uma das oportunidades mais relevantes para os consumidores.

Guilherme Esperidião, da Esfera Energia

Segundo Esperidião, as tecnologias inovadoras para o consumidor moderno são aquelas que trazem maior integração, poder de escolha e facilidade no seu dia-a-dia. “Temos exemplos de países onde o consumidor final pode escolher o tipo de energia que quer, vender o excedente quando sai de férias, contratar planos de gás encanado e até gerenciar o carregamento de carros elétricos através de um único provedor, de maneira 100% digital em seu celular. Vejo que ainda temos alguns obstáculos para chegar a isso no Brasil, mas é um caminho que precisamos trilhar, já que tem sido uma demanda dos próprios consumidores”.

“Hoje, os grandes consumidores, conectados em média/alta tensão, conseguem definir estratégias, tomar decisões e otimizar sua experiência através do mercado livre de energia. Eles são protagonistas de sua própria experiência em energia. Já os pequenos, conectados em baixa tensão, possuem poucas ou nenhuma opção de customização dos seus produtos e serviços, ficando dependente das distribuidoras e dos órgãos reguladores. Isso faz com que a percepção de valor seja ruim e que os consumidores sempre atrelem energia elétrica a um custo que sobe todos os anos e eles nada podem fazer”, ressaltou Guilherme Esperidião.

Ele ainda destacou que o mercado livre é a transformação que o setor elétrico deverá passar nos próximos anos. “Ao poder escolher seus produtos e serviços, o consumidor irá se identificar com aquele provedor e procurará cada vez mais soluções para seus problemas e desafios do dia-a-dia. Será demandada não apenas a entrega de energia elétrica, mas qualquer outra solução que entregue economia, praticidade e facilidade para o consumidor. Ele sairá do papel de coadjuvante e passará a ser o protagonista da maneira como consome energia”.

De acordo com o executivo, a abertura do mercado livre será positivo não apenas para o consumidor, mas também para toda a cadeia do setor, que se beneficiará de mais dinamismo, maiores investimentos e, conseqüentemente, maior crescimento econômico.

Para a sócia da área de energia e recursos naturais do **Demarest, Rosi Costa Barros**, o futuro já está acontecendo com a abertura do mercado livre. “Essa nova geração de consumidor, que é diferente dos pais, quer sempre buscar algo novo e mais moderno. A tecnologia é que vai demandar isso e com essa mudança de perfil de consumo cada vez mais jovem vai ajudar na democratização na abertura de mercado”, disse.

