

Prospecção e detalhamento do mercado de energia fotovoltaica no setor educacional em Campinas

Carolina Braz Góes (IC), Bruno Wilmer Fontes Lima (PQ), Gilberto Eiji Ivamoto (PQ)

Resumo

Prospecção de mercado é um importante instrumento de gestão de negócios para que as empresas aumentem sua área de atuação e garantam seu crescimento. Buscou-se realizar prospecção de mercado de uma empresa incubada na Incamp, que atua no setor de energia fotovoltaica. Realizou-se análise histórica desse mercado, além da utilização das ferramentas SWOT e Business Model CANVAS e entrevistas na empresa, para definição de planos estratégicos e mercado alvo. Em seguida utilizou-se análise multicritério para organização e estudo dos dados coletados a partir da prospecção, buscando avaliar quais os aspectos que esta tecnologia fornece é quais são os mais importantes para o público alvo.

Palavras Chave: Energia Fotovoltaica, Mercado Nacional, Prospecção.

Introdução

Para entender a situação do mercado da energia fotovoltaica é necessário analisar seu mercado no mundo. Essa análise mostra os desafios e soluções para problemáticas já enfrentadas. ABINEE (2012) e EPE (2012) acreditam que o Brasil esta em um período de florescimento dessa energia. A prospecção indica cenários futuros (BARB, 2015). É necessário também compreender e relacionar a engenharia financeira (incentivos, impostos, bonificações, entre outros). Também é necessário analisar o cenário de acesso a população às informações relacionadas a esse mercado. Segundo QUADROS (2008) a gestão da inovação é necessária para integrar tecnologia com os mercados que a empresa busca desenvolver.

Resultados e Discussão

Desenvolveu-se questionários virtuais para definir mercado de interesse da empresa utilizada como estudo de caso. Também utilizou-se a análise SWOT e CANVAS. Como resultado definiu-se o setor educacional de Campinas como mercado de interesse. Para prospecção desse mercado foi utilizada a metodologia exploratório quantitativa, com questionários virtuais para identificar nível de conhecimento sobre o assunto e definição e avaliação de critérios na tomada de decisão pela energia solar. Divulgou-se a pesquisa a 88 colégios de Campinas, sendo que 4 responderam, indicando os interesses pela energia solar. Posteriormente reenviou-se o questionário e aplicou-se, nos resultados, a análise multicritério (Delphi, AHP e Promethee II). Esses métodos têm grande capacidade de analisar problemas.

Figura 1. Interesse dos colégios em energia solar

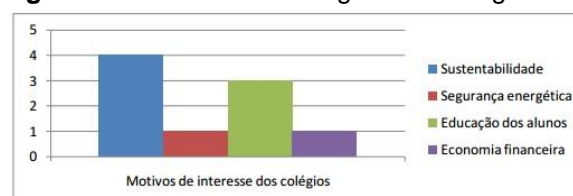


Tabela 1. Matriz de prioridades entre critérios

CRITÉRIO	PESO
Geração de Mídia Positiva e Marketing	8,0
Colaboração com Sustentabilidade	7,8
Segurança Energética	7,8
Melhoria da educação e utilização do sistema para educação	7,8
Pioneirismo e Inovação	7,8
Facilidade de financiamento de projetos	7,3
Economia Financeira	6,8
Prazo de Retorno de Investimento (Pay-Back)	6,8

Conclusões

A pesquisa indica que esse mercado não esta em um bom momento para a inserção de investimentos dessa tecnologia. Essa análise de tendência de mercado interfere no plano de negócios e no plano de marketing de empresas do ramo de energia renovável e dessa maneira contribui para direcionar investimentos.

Agradecimentos

Agradeço ao CNPq, a INOVA, a toda equipe da Solstício Energia e ao Prof^o.Dr^o.Gilberto Jannuzzi.

Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE) Propostas para Inserção da Energia Solar Fotovoltaica na Matriz Elétrica Brasileira. 2012

Barb, A., SEHNEM, S., et al. Energia fotovoltaica como matriz energética sustentável em organizações. Revista Gestão Sustentável Ambiental, v. 3, n. 2, p. 178 – 203. out.2014/mar.2015

Empresa de Pesquisa Energética EPE. Análise da Inserção da Geração Solar na Matriz Elétrica Brasileira. 2012.

Quadros, R. Aprendendo a Inovar: Padrões de Gestão da Inovação Tecnológica em Empresas Industriais Brasileiras. 2008. UNICAMP.