Passo a passo para desenvolver uma empresa integradora de energia solar fotovoltaica

O que levar em consideração na hora de planejar uma **EMPRESA INTEGRADORA.**

Elaboração:

Greener
TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS

QUAIS SÃO OS 10 PRINCIPAIS PASSOS?

Lista

1. Estruturação da **EQUIPE**
2. Escolha do **MODELO DE INTEGRAÇÃO**
3. Definição de **PRODUTOS** e **SERVIÇOS**
4. Determinação do **MERCADO ALVO**
5. Mapeamento da **CONCORRÊNCIA**
6. Levantamento de **FORNECEDORES**
7. Definição do **CICLO COMERCIAL**
8. Determinação dos **INVESTIMENTOS**
9. Estruturação de **DESPESAS**
10. **PRECIFICAÇÃO** dos produtos

Elaboração:

Greener
TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS

1 ESTRUTURAÇÃO DA EQUIPE

- A estrutura interna básica de uma empresa integradora deve contar com as seguintes áreas funcionais:

ADMINISTRATIVO
FINANCEIRO
COMERCIAL
MARKETING

ENGENHARIA
INSTALAÇÃOSUPO
RTE TÉCNICO

- Geralmente, busca-se uma estrutura mais enxuta no início das operações para diminuição dos custos. Por conta disso, uma decisão a ser tomada é possuir uma equipe técnica própria ou optar por uma equipe terceirizada.

2 ESCOLHA DO MODELO DE INTEGRAÇÃO

A **EMPRESA INTEGRADORA** é responsável por fornecer ao cliente a solução completa de um sistema fotovoltaico: equipamentos, engenharia, instalação e suporte técnico.
Para isso, deve escolher atuar em um dos **3 MODELOS PRINCIPAIS** de integração:

- Compra de equipamentos via distribuidora*;
- Compra de equipamentos via fabricante;
- Fornecimento de equipamentos ao cliente final sem intermédio na venda.

*Modelo mais utilizado no início das operações de uma empresa (necessidade de menor investimento)

3 DEFINIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

A principal fonte de **RECEITA** de uma empresa integradora é a venda de sistemas fotovoltaicos, em que é entregue uma solução completa ao cliente composta por um mix de produtos e serviços.

A solução completa abrange o fornecimento de equipamentos e prestação de serviços de Engenharia, Instalação e Conexão à Rede.

Os sistemas fotovoltaicos ofertados podem ser dos tipos: *On-Grid*, *Off-Grid* ou Híbrido. Outros produtos e serviços que podem ser oferecidos pela empresa são:

- Iluminação solar autônoma
- Bombeamento solar
- Grupos geradores
- Operação e Manutenção de sistemas fotovoltaicos

4 DETERMINAÇÃO DO MERCADO ALVO

Deve-se determinar as regiões em que a empresa irá atuar. Faz-se isso analisado se a região de interesse possui condição de venda favorável,

Tal atratividade econômica corresponde à necessidade de um menor investimento inicial e consequentemente um menor tempo de retorno. Pode ser avaliada através de dois fatores: **VALOR DA TARIFA** de energia elétrica e **ÍNDICE DE PRODUTIVIDADE** solar do local.

Além da condição de venda, deve ser considerado o **POTENCIAL DE COMPRA** da região. A análise do mercado comprador deve levar em conta o tamanho e poder aquisitivo da população local.

Quanto ao perfil de clientes, é determinado qual categoria de geração distribuída será atendida:

- Microgeração (sistemas de até 75kWp)
- Minigeração (sistemas de 75kWp a 5MW)

E quais os tipos de clientes: residenciais, comerciais, industriais.

5 MAPEAMENTO DA CONCORRÊNCIA

Após determinar o mercado alvo, é necessário conhecer detalhadamente a concorrência e o ambiente competitivo para se ter uma referência nas tomadas de decisões.

O mapeamento da concorrência consiste no levantamento das empresas já existentes que se **LOCALIZAM** ou **APENAS ATENDEM** nas regiões de interesse da empresa.

O intuito é verificar se há saturação desse tipo de empresa na região pretendida ou se tem espaço para uma nova entrante.

Deve-se buscar informações como: participação no mercado, perfil de clientes atendidos, região de atuação, permitindo a identificação de possíveis oportunidades que ainda não estão sendo exploradas pela concorrência e que podem ser aproveitadas pela empresa.

6 LEVANTAMENTO DE FORNECEDORES

Definindo nos passos anteriores a composição da equipe da empresa, o modelo de integração a ser adotado e os produtos e serviços oferecidos, facilita o entendimento de quais são as empresas fornecedoras condizentes com o modelo de negócio escolhido.

Assim, deve ser feito o **LEVANTAMENTO DE FORNECEDORES** que se enquadrem nos requisitos desejados de aquisição de equipamentos e prestação de serviços, além de atenderem na região de atuação da empresa.

7 DEFINIÇÃO DO CICLO COMERCIAL

O ciclo comercial no mercado fotovoltaico é o caminho percorrido entre o primeiro contato de um potencial cliente até a efetiva compra da solução em energia solar.

A conversão de um **POTENCIAL CLIENTE** para um **CLIENTE EFETIVO** pode ocorrer de forma natural, quando a pessoa já tem conhecimento de seu problema e sabe qual solução atende suas necessidades, ou de forma forçada, quando o potencial cliente passa por um funil de vendas criado pela equipe comercial com o intuito de identificação de seu problema e oferecimento de uma solução.

As próximas etapas dentro do ciclo comercial envolvem:

- Proposta Preliminar
- Checklist de Avaliação Técnica
- Proposta Afinada (customizada)
- Contrato

8 DETERMINAÇÃO DOS INVESTIMENTOS

O Plano de Investimento Inicial leva em consideração os custos mínimos para a estruturação da empresa, sendo dividido em investimento fixo e capital de giro.

O **INVESTIMENTO FIXO** inclui principalmente custos com infraestrutura, como veículo e móveis e utensílios para o escritório da empresa.

O **CAPITAL DE GIRO** corresponde ao valor necessário para que a empresa cumpra com seus compromissos financeiros no curto prazo, ou seja, o montante que assegura a compra de mercadorias para a execução dos serviços e o pagamento de impostos, salários e outras despesas operacionais. Resumindo, é a quantidade de dinheiro que a empresa precisa para operar regularmente.

9 ESTRUTURAÇÃO DE DESPESAS

As despesas operacionais de uma empresa podem ser divididas em: despesas fixas e despesas variáveis.

As **DESPESAS FIXAS** correspondem a remuneração (salário e encargos) dos funcionários, aluguel, serviços de infraestrutura (telecomunicação, água, energia elétrica), ações de marketing, materiais de escritório, serviços terceirizados (limpeza, assessoria contábil).

As **DESPESAS VARIÁVEIS** dependem diretamente do volume de vendas da empresa, correspondendo à comissão de vendas (percentual sobre o faturamento) dada a equipe comercial.

10 PRECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS

Para estruturar a formação dos preços de venda dos produtos oferecidos, é necessário fazer um **LEVANTAMENTO DOS PREÇOS PRATICADOS NO MERCADO** para se utilizar como base e ser possível calcular as margens aplicáveis para cada produto.

Para se tornar uma empresa **COMPETITIVA**, é recomendado fixar um preço que esteja abaixo do preço mais praticado no mercado.

Na estrutura de custos de um sistema fotovoltaico devem ser considerados: equipamentos, equipe técnica (instalação e engenharia), itens adicionais (cabeamento e conectores), serviço de conexão à rede.

Tendo o **PREÇO DE CUSTO** e o **PREÇO FINAL DE VENDA**, é calculada a margem de contribuição de cada sistema.

QUADRO RESUMO

VERIFICAÇÃO DE CONCEITOS

Passo 01 – Estruturação da Equipe ☐
Passo 02 – Escolha do Modelo de Integração ☐
Passo 03 – Definição dos Produtos e Serviços ☐
Passo 04 – Determinação do Mercado Alvo ☐
Passo 05 – Mapeamento da Concorrência ☐
Passo 06 – Levantamento de Fornecedores ☐
Passo 07 – Definição do Ciclo Comercial ☐
Passo 08 – Determinação dos Investimentos ☐
Passo 09 – Estruturação de Despesas ☐
Passo 10 – Precificação dos Produtos ☐

- **Ficou com dúvida em algum dos passos?**
- **Acha que é preciso elaborar melhor algum dos passos apresentados?**

Elaboração:
Greener
TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS

APRENDA A SER MAIS COMPETITIVO!

E-BOOKS

CONTEÚDOS

ENTRE EM CONTATO COM NOSSA EQUIPE E VEJA COMO PODEMOS AJUDÁ-LO!

Elaboração

Greener
TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS

www.greener.com.br
contato@greener.com.br
+55 11 3586-9466

Todos os direitos reservados à Enova Solar Energia LTDA.