09/02/2015 - O mercado de iluminação e as ondas tecnológicas

Por Roger Michaelis*

Nos últimos 25 anos o setor de iluminação tem passado por profundas e rápidas mudanças. Após 135 anos de vida da incandescente, a primeira grande mudança foi de ruptura tecnológica decorrente da introdução de produtos mais eficientes e do advento da fluorescente compacta. Até então o mercado era basicamente o doméstico.
O segundo choque veio com a crise energética que gerou um abalo sísmico em termos de mudanças, inclusive de players dentro do mercado, incluindo perfis de produtos, avanços tecnológicos que forçaram muita gente a repensar todo o seu negócio e plataformas industriais que foram alteradas num processo de modernização e adequação. Paralelamente, houve um crescimento muito grande de mercado, que passou de mais fragmentado para uma concentração com a vinda das grandes redes de supermercados e home centers. Houve também uma mudança grande em termos de distribuição de mercado.
No meio da década passada para frente, com a vinda do LED, assistimos à terceira onda de revolução tecnológica, que penso ser a mais profunda porque resultou na mudança de todo modelo de negócio. Antes do LED se vendia uma lâmpada compacta nos mesmos canais e pontos que se vendia uma incandescente. A aplicação é a mesma, apesar da durabilidade muito maior do produto e da economia de energia, e usa uma estrutura comercial e logística semelhante. Já o LED veio pra quebrar com toda essa estrutura.
De 2005 pra cá, a tecnologia eletrônica de ruptura trouxe brutais mudanças de eficiência e de custo. A cada ano criam-se produtos mais eficientes com custos menores, então, a atualização tecnológica e a velocidade de adaptação é exponencial em relação aos produtos tradicionais. Isto exigiu novos canais de vendas e nova forma de comercialização. Este momento que o mercado vive atualmente pode ser designado de quarta onda. De um lado existe um mercado que ainda vende produtos relativamente fáceis de serem substituídos, que utilizam basicamente soquetes e utilizando os mesmos canais; por outro lado abrem-se outros canais na área de projetos, que antes não existiam na intensidade e complexidade que hoje assistimos.
Embora tenha sido criado na década de 50, só recentemente o LED vem se mostrando viável e rentável, com ganho de eficiência muito superior às tecnologias existentes e que, unido a custos mais viáveis, começou a render projetos em todo o mundo.
Vivemos numa época em que a tecnologia dita o ritmo dos negócios, o que exige da indústria uma agilidade para se renovar a fim de enfrentar os ciclos de ruptura, não importa qual seja a área de atuação.

*Roger Michaelis – executivo do setor de iluminação há 25 anos, atualmente é presidente da Celena Participações, empresa que atua na área de projetos de eficientização energética.

Sobre a Celena - A Celena é uma empresa de projetos de iluminação e soluções em LED, situada em São Paulo, voltada para atender clientes corporativos de todos os segmentos que

precisam aliar economia de energia com baixa manutenção e, que traz inteligência ao sistema de gestão em iluminação pública.

Vértice Comunicação