

## Entrevista com Energie

Luís Rocha

Presidente

Com **quality media press** para Expresso & El Economista

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão editadas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica.

**Quality Media Press** - Fale-nos um pouco dos últimos 3 anos da história da Energie.

R. - Nos últimos 3 anos cumprimos os objectivos que na altura traçamos para Espanha, mais que triplicamos a venda para o mercado espanhol, mercado que se tem consolidado e reagido bem a todas as nossas estratégias definidas. Aos mercados fora da Europa prendem-se a um crescimento que não estava nas nossas expectativas, quase que fomos obrigados a concentrarmo-nos no mercado europeu. Tivemos uma forte implantação em todo o norte da Europa, no centro da Europa, França, Itália... Estamos com um projecto já iniciado numa forte acção no mercado alemão, além de contactos estamos neste momento já a estudar um contrato com uma das maiores distribuidoras alemãs de aquecimento e de energia solar. Esperamos ter concluído este ano ou no primeiro trimestre de 2010.

Tivemos efectivamente que abandonar um pouco os mercados fora da Europa. Estamos neste momento também num forte esforço de penetração dos mercados da Arábia Saudita e o Dubai. Temos uma feira agora no final de Novembro no Dubai, é uma feira que irá ter visitantes de todo o médio oriente.

Q. - A situação da economia mundial que se tem verificado desde o início do ano tem afectado o desenvolvimento da empresa?

R. - Claro que tem. Nota-se que é necessário um esforço financeiro em meios de divulgação para se conseguir o mesmo objectivo. Há uma grande dificuldade de se conseguir abrir novos mercados. Fora de crise conseguia-se abrir um mercado em 4 a 5 meses, hoje demora-se entre 1 a 2 anos.

Q. - O tempo que se demora a entrar actualmente é por causa da crise ou por causa da concorrência?

R. - É por causa da crise, a concorrência é um bem necessário, não nos afecta, temos que a conhecer e criar condições para termos um produto de melhor qualidade e mais bem aceite no consumidor.

Q. - Como analisaria o mercado espanhol face as novas tecnologias e novas energias?

R. - Devido à crise o mercado espanhol esta a ter algumas oscilações no comportamento do consumidor. A Energie tem uma gama de produtos muito variados de aquecimento de águas para as pequenas habitações, aquecimento de águas para grandes instalações, aquecimento de central. Como temos uma gama muito grande, o que não acontece com a concorrência permite-nos colmatarmos algumas falhas que temos em algumas áreas e apostar mais nessas áreas. Houve nos últimos 2 anos uma grande queda na venda dos aparelhos de agua para aquecimento das habitações, uma vez que houve uma queda acentuada na construção civil e nós direccionamos todo o

nosso esforço para o aquecimento de águas em grandes volumes como em liceus, hospitais, hotéis e concentramo-nos também nalgumas multinacionais de fast-food onde temos tido algum sucesso. A nossa estratégia foi procurar nichos de mercado.

Q. - Como está a funcionar o mercado português?

R. - O mercado português tem uma particularidade própria, é um mercado que não teve uma quebra tão acentuada nos 2 últimos anos, em 2009 começou-se a sentir uma redução da construção dos equipamentos que se vendiam para essas construções mas houve uma medida do governo português que é a medida do solar térmico que permitiu aumentar o mercado deste tipo de equipamentos. Houve efectivamente uma maior procura neste tipo de equipamentos por parte dos consumidores. Também o aumento de consciencialização do consumidor privado fez com que houvesse uma maior procura de equipamentos para a redução da factura energética e do desempenho ambiental. Foi uma nova mentalidade que apareceu na Europa e que tem provocado o aumento de vendas deste tipo de equipamentos.

Q. - Qual o motivo que levou a empresa a apostar no mercado do médio oriente?

R. - Sendo o médio oriente um dos maiores produtores de petróleo, a priori iria rejeitar este tipo de equipamentos. Depois do contacto estabelecido com o Ministro da Economia da Arábia Saudita no sentido de fazer qualquer coisa no mercado da Jordânia, pensei em fazermos uma acção comercial de marketing enviando folhetos, contactando empresas ligadas a parte da energia em todo o médio oriente. A nossa surpresa foi começar a vender a Líbia, isso despertou em

nós uma grande expectativa nesses mercados para poder actuar, visto que são grandes mercados de capacidade económica, mercado sem que não tem nada precisam de tudo. Começamos a fazer pequenas acções e essas acções deram sempre frutos imediatos. Decidimos investir mais fortemente depois de um estudo estratégico em que país poderíamos fazer uma feira e onde nos deveríamos concentrar e a partir daí alimentar todos esses países e a escolha caiu no Dubai.

Q. - Podemos dizer que os objectivos estão cumpridos tanto pela procura na Europa como pelas oportunidades inesperadas que tem aparecido?

R. - Nós utilizamos muito essa forma de estar no mercado, aproveitamos a oportunidades, corrigimos as nossas estratégias quando vemos que a nossa estratégia pode ser a mais correcta mas que em termos de tempo ira levar demasiado se nos parecer outras oportunidades e foi isso que aconteceu há 3 anos atrás. Nós tivemos uma série de correcções e uma delas foi os EUA em que neste momento está em stand-by por razoes diversas. Entretanto apareceram outras oportunidades que nós estamos a trabalha-las, nomeadamente no Uruguai. Já estamos a exportar para o Uruguai, foi algo que nos surgiu fora do objectivo traçado.

Q. - Quais os objectivos que gostaria de atingir para empresa para os próximos 3 anos?

R. - Eu neste momento já tenho o futuro para os próximos 3 anos limitado. Nós por principio fazemos sempre candidaturas ao IAPMEI no sentido de nos comprometermos com entidades públicas nos projectos. Daqui a 3 anos estamos com o dobro da nossa capacidade instalada, iremos produzir

o dobro. Penso que a Europa coberta nomeadamente a grande Alemanha que será uma espécie de um objectivo muito claro em que andamos há 2 anos a trabalhar. Iremos aproveitar as oportunidades que nos aparecem como também ir ao encontro das nossas estratégias nomeadamente o trabalho com EUA que é um continente que nos agrada. O EUA foi adiado porque houve uma grande procura do mercado europeu que nos não prevíamos.