



Resumo

No âmbito do Observatório para o Solar Térmico da IP-AQSpP, a ADENE lançou um inquérito às empresas que trabalham no solar térmico em Portugal, com vista a caracterizar, de uma forma geral e sumária, a actividade dessas empresas no sector durante o ano de 2003. Esta acção decorreu durante os meses de Abril e Maio de 2004 e foi dirigida a um universo de 195 empresas com actividade nesta área. Responderam ao inquérito 50 empresas, sendo com base nos resultados assim obtidos que se efectuou, não só uma estimativa da área de colectores solares instalados em 2003, mas uma caracterização da actividade das empresas em aspectos como as principais áreas de mercado, os progressos e expectativas de negócio, as opções de marketing e de resposta a clientes, o nível de formação dos técnicos e o conhecimento do sector.

Os resultados revelaram que a maioria das empresas que trabalham no solar térmico não fazem desta actividade a sua principal área de negócio. O seu principal mercado no solar, expresso em termos do tipo de instalações realizadas em 2003, é o doméstico, nomeadamente o aquecimento de águas sanitárias em moradias, indicado em 57% das respostas ao inquérito. Ao todo, foram instalados, pelo menos, 9.210 m² de colectores solares em Portugal durante o ano de 2003. Em relação à forma como as empresas sentiram a evolução do mercado em 2003 relativamente a 2002, o balanço é globalmente positivo, com 54% das respostas a indicarem uma área superior ou muito superior de painéis solares instalados. No que se refere à quantidade de solicitações que as empresas foram objecto, a mesma foi superior em 2003, com apenas 17% das empresas a registar uma procura inferior à do ano anterior. Para 2004, a maioria (93%) dos profissionais do sector perspectivam a continuação da evolução igual ou superior à que notaram em 2003.

Todas as empresas afirmam trabalhar com marcas certificadas ou em processo de certificação e dão garantia de qualidade para o equipamento, geralmente de 6 anos ou mais. Na abordagem a potenciais novos clientes, as empresas ainda privilegiam o contacto pessoal ou telefónico (76%), ao passo que, na resposta a solicitações, a via escrita (por fax ou e-mail) tem já uma penetração significativa (54%). Ainda na resposta a solicitações, as empresas instaladoras normalmente não dispensam uma visita prévia ao local da instalação antes de apresentar um orçamento, embora em 27% das respostas tenha havido indicação de que tal não é necessário nos projectos mais simples. Os orçamentos são geralmente apresentados aos clientes no espaço de dois dias úteis (56%) ou no prazo de uma semana (31%). Para além de formação técnica específica obtida no âmbito da IP-AQSpP, os técnicos das empresas afirmaram dispor também de apoio por parte do fornecedor do equipamento, geralmente na forma de informação técnica (42%), formação (25%) e manual de instalador (24%).

Em relação à IP-AQSpP, apenas três respostas indicaram não ter conhecimento da iniciativa. Nos restantes casos, as empresas indicaram ter tido conhecimento através das acções de formação e workshops realizados, da SPES e do diverso material promocional disponibilizado. Cerca de metade das empresas indicaram que a IP AQSpP teve um efeito positivo no seu negócio, sendo que as restantes não notaram melhorias ou indicaram que ainda não podiam fazer uma avaliação. Em relação aos aspectos a melhorar neste tipo de iniciativa, os incentivos fiscais e financeiros (incluindo linhas de crédito específicas), com 34% de respostas, e a divulgação ao público, com 36%, foram os mais referidos. Seguiram-se o apoio a profissionais do sector (20%) e a formação específica (10%). Finalmente, quando questionados sobre se a IP-AQSpP deve continuar, a resposta foi praticamente unânime em torno de uma continuação (apenas duas respostas negativas).

Enquadramento

No âmbito das actividades do Observatório para o Solar Térmico, a ADENE efectuou uma caracterização do estado e dos progressos verificados no mercado da energia solar térmica em Portugal durante o ano de 2003. Essa caracterização assentou nas respostas a um inquérito (ver Anexo) enviado, durante os meses de Abril e Maio de 2004, às principais empresas com actividade comercial neste sector.

Foram abordadas um total de 195 empresas, das quais 52 foram seleccionadas com base na lista de instaladores que constavam no site www.aguaquentesolar.com em Abril de 2004 e 143 retiradas da lista de participantes dos workshops “Instaladores de Colectores Solares” realizados em Fátima e Grândola, a 9 e 10 de Março de 2004, respectivamente. As respostas foram obtidas por envio do inquérito preenchido e por entrevistas directas e entrevistas telefónicas. A acção realizada permitiu obter, no período de 15 de Abril a 31 de Maio, um total de 50 respostas ao inquérito, o que representa uma taxa de 26% em relação ao universo de empresas seleccionadas para contacto.

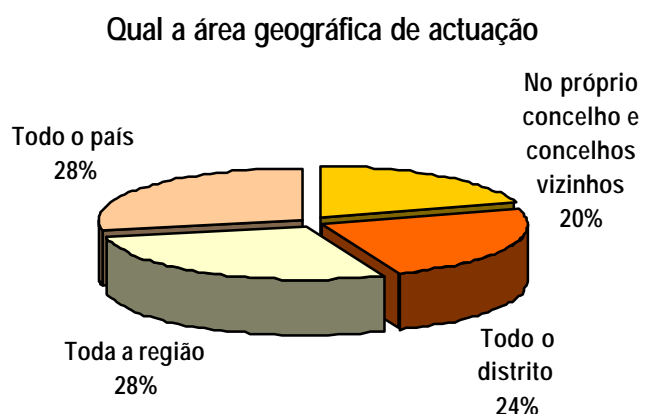
Os resultados obtidos permitiram não só realizar uma estimativa da área de colectores solares instalados em 2003, mas também caracterizar a actividade das empresas em aspectos como as principais áreas de mercado, os progressos e expectativas de negócio, as opções de marketing e de resposta a clientes, o nível de formação dos técnicos e o conhecimento do sector.

Caracterização geral da actividade das empresas no solar térmico

Das empresas que responderam, apenas 28% afirmam que a energia solar é a sua principal área de negócio, sendo que a maioria (72%) tem no solar uma actividade paralela ou complementar a outras áreas de negócios.

A área geográfica de actuação é variável, desde empresas com actividade em todo o país até casos em que esta se limita ao próprio concelho e concelhos vizinhos.

O tipo de actividade desenvolvido no solar térmico pelas empresas que responderam ao inquérito assenta sobretudo na instalação de sistemas solares (indicada em 86% das respostas) e na manutenção dos mesmos (64%). As actividades de projecto e distribuição de equipamento surgiam em proporções idênticas, cerca de 41% das respostas. O fabrico de equipamentos surge como actividade da empresa em apenas 8% dos casos. De notar que a maior parte das empresas realiza simultaneamente mais do que uma das actividades descritas: em apenas 10 das 50 respostas foi assinalada uma única actividade nesta área.

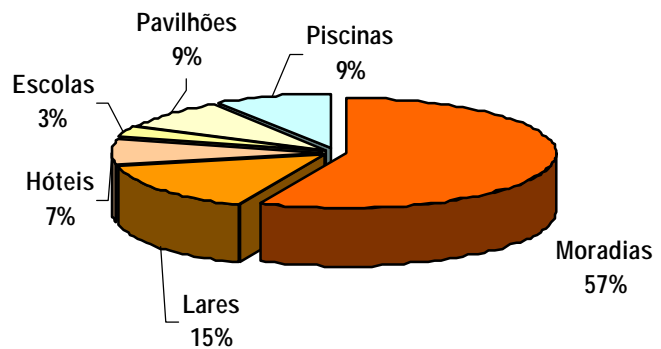


Ao todo, foram instalados, pelo menos, 9.210 m² de colectores solares em Portugal durante o ano de 2003. O principal mercado para as empresas, expresso em termos do tipo de instalações realizadas em 2003, é o doméstico, nomeadamente o aquecimento de águas sanitárias em moradias. Surgem depois as instalações em piscinas e lares e uma última componente que inclui pavilhões gimno-desportivos, escolas, hotéis e outras infra-estruturas. De referir a indicação de alguns casos de aquecimento de piscinas particulares (15) e o aquecimento ambiente (9) em moradias, soluções que complementam o tradicional aquecimento de águas sanitárias.

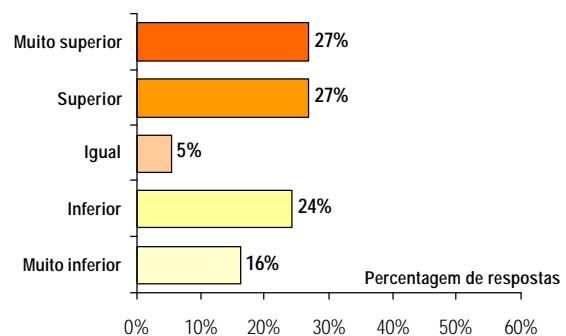
Em relação à forma como as empresas sentiram a evolução do mercado em 2003 relativamente a 2002, o balanço é globalmente positivo, com 55% das respostas a indicarem uma área superior de painéis solares instalados. Em 40% das respostas foi relatada uma menor área de painéis instalados em relação ao ano anterior e 5% indicaram que não notaram diferença.

No que se refere à quantidade de solicitações que as empresas foram objecto, a mesma foi superior em relação a 2002. Para 2004, a maior parte dos profissionais do sector perspectivavam uma evolução positiva.

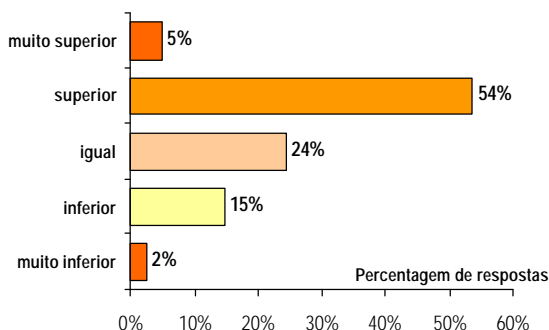
Tipos de instalação realizadas em 2003



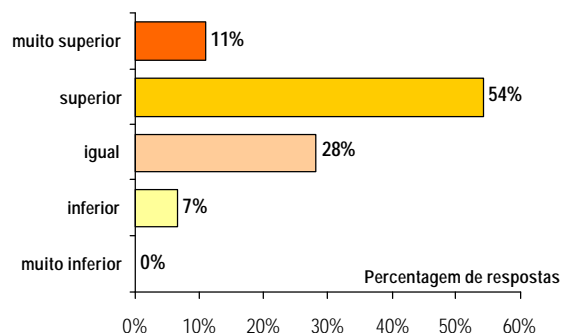
Área total de painéis instalados em 2003 relativamente a 2002



Número de solicitações de clientes em 2003 relativamente a 2002



Perspectivas para o número de solicitações de clientes em 2004 relativamente a 2003

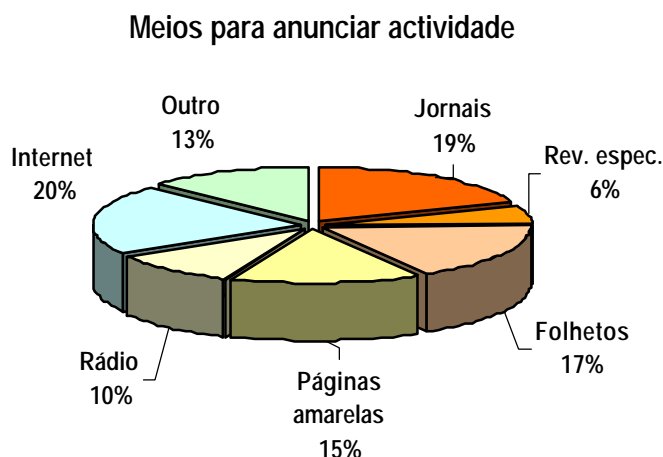


Marketing, vendas e resposta a clientes

Cerca de 54% das empresas afirmaram dispor de um departamento de vendas, muito embora em praticamente a totalidade dos casos, o(s) responsável(eis) comercial(is) seja(m) o(s) mesmo(s) que para as outras actividades da empresa. Esta realidade é coerente com o facto de, geralmente, o solar não ser a principal área de actividade das empresas e de não justificar ainda uma dedicação exclusiva de um comercial.

Em relação à forma adoptada pelas empresas para anunciar a sua actividade, as opções são variadas, destacando-se talvez a referência à internet como novo meio de divulgação. As restantes opções correspondem a mecanismos tradicionais para promoção.

A forma privilegiada pelas empresas para primeira abordagem a potenciais novos clientes é o contacto directo e pessoal (46% das respostas). O contacto telefónico apenas foi referido em 30% dos casos, tendo o e-mail surgido com 12% das respostas e o fax em apenas 4% dos casos. De notar que em cerca de 8% das respostas foi assinalado o facto de as empresas responderem apenas a solicitações dos clientes e não tomarem a iniciativa do primeiro contacto, uma situação que, eventualmente, poderá também ser depreendida de algumas outras respostas que assinalaram as opções descritas atrás.



Como principais argumentos utilizados pelas empresas para propor a aquisição de um sistema solar surgem a produção de energia "limpa" (29%) e a poupança de energia ou energia "gratuita" (30%). A noção de bom investimento (17%), a possibilidade de benefícios fiscais / incentivos financeiros (13%) e a garantia de qualidade (11%) são os restantes argumentos, utilizados por menos empresas.

Nos contactos com os clientes, a grande maioria das empresas (84%) informa sempre os mesmos da existência de benefícios fiscais / incentivos financeiros disponíveis, ao passo que em 6% dos casos essa referência apenas é feita se necessário para ajudar à venda. De notar que, em 10% das respostas, foi indicado que as empresas não fazem referência a esta oportunidade, em virtude de não estarem familiarizados com os mecanismos disponíveis.

Às solicitações dos clientes, cerca de 46% das empresas respondem oralmente por telefone ou pessoalmente, 33% por escrito, via postal ou fax e 21% adoptam já o e-mail. O tempo médio de resposta a um pedido de orçamento é geralmente de dois dias úteis (56% das respostas), tendo cerca de um terço das empresas referido que respondem no prazo de uma semana. Apenas 13% afirma responder no próprio dia e somente 3 respostas indicaram prazos iguais ou superiores a duas semanas.

Na maior parte dos casos, as empresas não dispensam uma visita prévia ao local da instalação antes de apresentar um orçamento. No entanto, nas situações típicas ou consideradas mais fáceis, cerca de 1/4 das empresas afirmou que dispensa a visita prévia. Somente seis empresas indicaram a realização da visita apenas em situações de maior complexidade ou casos muito específicos.

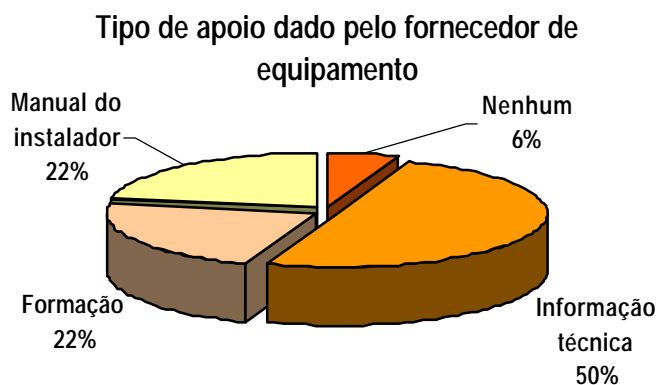
Todas as empresas referiram que trabalham com marcas certificadas ou em fase de certificação e que dão garantia de qualidade para os equipamentos. Essa garantia é, na maioria dos casos, de 6 anos ou superior, sem condições particulares ou específicas. Em 57% dos casos, as empresas instaladoras propõem ao cliente um contrato de manutenção para a instalação solar térmica.



Formação

Cerca de 37% das respostas indicaram que as empresas não disponham de instaladores e projectistas acreditados, embora as empresas tenham tido colaboradores a frequentar as acções de formação de instaladores (64% das respostas) e de projectistas (26%) realizadas no âmbito da IP-AQSpP (Iniciativa Pública – Água Quente Solar para Portugal).

Em relação ao apoio facultado pelo fornecedor do equipamento aos instaladores, este consiste essencialmente em informação técnica, complementada em alguns casos pela disponibilização de um manual do instalador e por acções de formação. Em 7 respostas foi referida a inexistência de apoio por parte do fornecedor.



Conhecimento do sector e da IP-AQSpP

Das empresas que responderam a esta questão, 12 são associados da SPES e 4 da APISOLAR, sendo que 29 indicaram não pertencer a nenhuma associação e 2 não responderam. Globalmente, as empresas demonstraram ter conhecimento das principais entidades e iniciativas relacionadas com o sector. As entidades mais conhecidas pelas empresas são o INETI, a ADENE, a SPES e a APISOLAR, com mais de 35 referências cada. As relativamente menos conhecidas são a DGGE, o MAPE, o LECS e o CERTIF, com 33 ou menos referências.

Em relação à IP-AQSpP, apenas três respostas indicaram não ter conhecimento da iniciativa. Nos restantes casos, as empresas indicaram ter tido conhecimento através das acções de formação e workshops realizados, da SPES e do diverso material promocional disponibilizado.

Cerca de metade das empresas indicaram que a IP AQSpP teve um efeito positivo no seu negócio, sendo que as restantes não notaram melhorias ou ainda não podem fazer uma avaliação.

Em relação aos aspectos a melhorar neste tipo de iniciativa, os incentivos fiscais e financeiros (incluindo linhas de crédito específicas), com 34% de respostas, e a divulgação ao público, com 36%, foram os mais referidos. Seguiram-se o apoio a profissionais do sector (20%) e a formação específica (10%). Outras respostas ou sugestões pontuais foram também anotadas, como por exemplo:

- "obrigatoriedade da pré-instalação para o solar em novos edifícios";
- "maior sensibilização dirigida aos mais jovens";
- "maior atenção aos pequenos instaladores";
- "apoio financeiro directo aos instaladores e fornecedores de equipamentos";
- "certificação";
- "mais informação e esclarecimento ao público";
- "quota de 25% solar para edifícios públicos e proibição dos combustíveis fósseis nas piscinas".

Finalmente, quando questionados sobre se a IP-AQSpP deve continuar, a resposta foi praticamente unânime em torno de uma continuação (apenas duas respostas negativas). As razões anotadas pelos inquiridos a favor da continuidade foram diversas, destacando-se a necessária continuidade e ampliação das acções de divulgação para garantir que as mesmas conduzam a resultados efectivos e evidentes.

A IP-AQSpP teve um efeito positivo no seu negócio?

