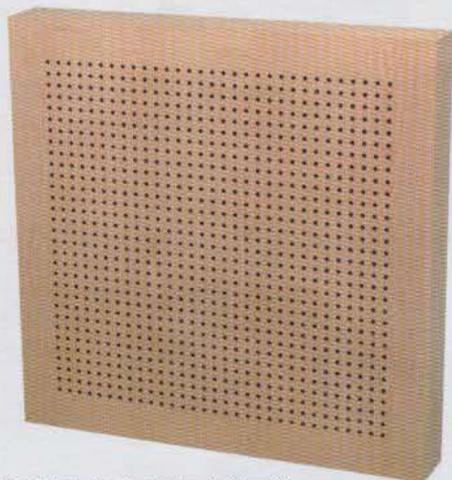


Painéis acústicos Jocavi



O Anglesoftner foi desenvolvido para ser aplicado nas esquinas horizontais ou verticais das salas. É um painel absorvente de médias frequências que, quando aplicado nos cantos a 90°, revela também a sua eficácia em frequências mais baixas, uma vez que cria uma câmara-de-ar entre o painel e a parede



O painel de madeira Addisorb é principalmente usado para aplicação em auditórios e salas de conferências, como absorvente e difusor unidireccional, com relevante eficácia na gama média do espectro sonoro. Com três materiais absorventes usados no interior, está disponível em dois tamanhos standard e podem ser consideradas outras medidas

instalação, obviamente que compra à Jocavi, como qualquer outra firma, nas mesmas condições.

De raiz houve essa divisão física e logística, se assim podemos dizer. Isso permitiu-nos também reforçar a nossa relação com os revendedores nacionais, como a Garrett, Luz & Som, Transom, Avitel e Quadrifonia.

Com esta divisão, quanto mais não seja, incentivamos e damos mais confiança aos nossos revendedores, sabendo que podem contar com a Prestige para os aconselhar e ajudar. Nós sabíamos que não tínhamos as condições comerciais mais apetecíveis para

revendedores, porque os custos de produção são altos, as matérias-primas são caras e muitas vezes as quantidades de produtos vendidos não criam a massa crítica necessária e compreendemos que os nossos revendedores tinham que ganhar dinheiro a vender os nossos produtos.

Isso foi um trabalho continuado que começou pela divisão das firmas e algumas mudanças a nível de produção, com o aparecimento de soluções mais baratas, permitindo dar maior percentagem para revenda. Isto, em termos de mercado nacional.

Felizmente tivemos essa leitura de que, como os nossos produtos eram altamente apetecíveis lá fora e nós estávamos já a trabalhar no exterior, deveríamos fazer mais força lá fora do que em Portugal.

Em Portugal continuamos a ter muito trabalho a nível do aconselhamento. A Prestige tem muitas solicitações mas que, no entanto, não se traduzem sempre em vendas. Aliás, as vendas aqui diminuíram e lá fora a economia está mais composta, sobretudo na comunidade europeia. Por isso, fizemos uma triagem dos mercados que nos interessavam mais, e fomos lá. Já não havia razão para estar à espera dos telefonemas e estar dependente das consultas on-line ou das *newsletters*, que dão sempre algum retorno, mas sentimos a necessidade de encarar directamente o mercado.

Na vizinha Espanha arranjámos uma empresa com quem estamos a trabalhar bem, porque conhece o mercado e faz os seus próprios contactos, que se chama Cuerda y Telón. Eles criaram para nós um gabinete de acústica e tornaram mais fácil gerir a zona do centro do país e da grande Madrid. No norte, na Corunha, estávamos já a trabalhar com a Trison Acústica e em Sevilha temos também um instalador de auditórios, mais ligado à construção e não tanto à electro-acústica e que também trabalha muito bem com os nossos produtos. Assim, com essas três empresas em Espanha tudo passa por eles e já há dois anos que vamos tendo uma continuidade. Ainda há dois anos ganhámos o concurso público para a remodelação inteira da RTVA (Televisão da Andaluzia), onde estamos a renovar todas as instalações nas capitais de distrito até ao final de 2007. De seis em seis meses fazemos uma instalação. Nesse tipo de concursos temos que andar sempre mais à frente, e o nosso trabalho tem sido esse.

Em França, entrou para a nossa equipa o arquitecto Carlos Oliveira que trabalhou

durante 12 anos em electro-acústica e que está também muito por dentro do mercado da acústica. Ele fala francês como língua nativa e tem sido um elo importante com os nossos revendedores lá, onde já temos os nossos produtos à venda.

Depois, temos tido contactos um pouco por toda a Europa. Não temos ainda distribuidores com um show-room montado e foi precisamente isso que trouxemos da AES: bastantes contactos para os vir a ter. Convidámos toda essas pessoas para se encontrarem connosco na AES.

Se tivermos que analisar as coisas em termos contabilísticos, este ano já vendemos mais para fora do que em Portugal. Por isso podemos dizer que é uma aposta ganha e a razão pela qual a empresa ainda se mantém e tem tesouraria e saúde financeira. Em parte porque tivemos essa coragem - porque quando os recursos são curtos tudo isso é um risco e há que ter coragem. Talvez tenhamos feito tudo no limite de um *timing* correcto para estarmos agora a colher resultados. Essa é uma leitura que eu sempre tive mas que nunca a encarei tão de frente porque as coisas aqui em Portugal iam andando e íamos vendendo e fazendo muita coisa.

Mercado concorrencial

Produção Áudio: *Com o mercado nacional mais desperto para as vantagens do tratamento acústico, a vossa concorrência aumentou nos últimos dois anos?*

JCV: Sem dúvida, sendo a acústica uma temática do dia na construção, hoje podemos olhar para a acústica como aqui há dez anos se começou a olhar para o ar condicionado, para a climatização. Na altura toda a gente começou a querer ter climatização nos hotéis e nos escritórios e mesmo em casa. Hoje em dia toda a gente quer também ter espaços tratados acusticamente. É uma temática que está a ganhar expressão. Isso é muito bom para nós e a concorrência também é muito boa porque faz de toda essa temática um fenómeno ainda maior. Quanto mais concorrência houver, mais pessoas vão querer comprar e qualquer pessoa que aborde a acústica pelas empresas que existem, assim como pela Jocavi, antes de comprar vai querer saber das outras.

Produção Áudio: *Havendo concorrência, qualquer pessoa que procure uma alternativa à vossa, no nosso mercado, depara com soluções importadas. Tendo em*