

# dst solar: “queremos crescer na potência instalada, aumentar o volume de negócio e a quota de mercado”

21 de Março, 2017

A Domingues da Silva Teixeira (DST), de Braga, é hoje uma empresa reconhecida que trabalha quer a nível nacional, quer a nível internacional. Com “mais de 1000 colaboradores e um volume de negócios de 300 milhões de euros anuais”, a empresa desenvolve projetos em diversas áreas de negócio, tais como a engenharia e construção, ambiente, energias renováveis, telecomunicações, imobiliário e ainda uma capital de risco.

A marcar presença na Green Business Week, que decorreu de 15 a 17 de março, no Centro de Congressos de Lisboa, estava uma das empresas que faz parte do grupo e que desenvolve projetos na área das energias renováveis – a dst solar.

Em declarações à Ambiente Magazine, Raul Cunha, diretor geral, explica que a dst solar “é uma empresa que se dedica ao projeto de fornecimento e instalação de centrais fotovoltaicas para autoconsumo”. Só no ano passado tiveram uma quota de mercado de aproximadamente 20% e marcam presença nesta feira com o intuito “apresentar soluções ao nível da central fotovoltaica para que as indústrias possam diminuir os seus custos com os consumos energéticos”, refere.

Mais do que isso, é também uma forma de se captarem novos clientes, num mercado cada vez mais competitivo. “Estamos a apresentar o nosso portefólio para que as pessoas possam perceber a experiência que a DST tem neste mercado e obviamente captar novos clientes”, acrescenta o responsável.

Por outro lado, Raul Cunha realça também que, ao nível dos desafios para este ano, o objetivo principal passa por uma afirmação no mercado. “Queremos crescer na potência instalada, aumentar o volume de negócio e a quota de mercado. A dst solar tem muita experiência neste modelo de adaptação e oferecemos uma garantia de qualidade e de performance”, sublinha.

Finalmente, o responsável traçou ainda algumas perspetivas, onde o enquadramento legal do autoconsumo, publicado em 2015, “veio eliminar qualquer tipo de subsídio a este tipo de energias”. No seu entender, o importante é que o “mercado seja competitivo e sustentável”, até porque os incentivos são “artificiais”.

“É um mercado muito competitivo até porque é uma área de negócio que está em desenvolvimento. Este tipo de projetos tem indicadores financeiros muito interessantes, do ponto de vista do cliente, com elevada rentabilidade”, frisa.

Além disso, afirma, a dst solar “é capaz de demonstrar ao cliente que a

energia elétrica de central fotovoltaica é mais barata do que a energia elétrica de uma distribuidora”. “À medida que esta mensagem for passando o mercado tem uma tendência para crescer de forma exponencial”, termina.