

Goldenergy quer fechar 2021 com uma quota de mercado de 4% no mercado de eletricidade

1 de Fevereiro, 2021

A Goldenergy, empresa portuguesa que comercializa eletricidade 100% verde, fechou o ano de 2020 com um crescimento no número de clientes e de energia vendida e pretende continuar este crescimento sustentável em 2021.

O crescimento da empresa permitiu-lhe fechar 2020 com uma quota de mercado muito próxima dos 3% na eletricidade e com 300 mil pontos de fornecimento de luz e gás. Os números de 2020 traduzem-se em objetivos de crescimento para 2021: “chegar aos 400 mil clientes, a uma quota de mercado na eletricidade de 4% para crescer 25% na comercialização de energia, em relação ao ano passado”, anuncia a empresa em comunicado.

De acordo com a Goldenergy, estas perspetivas de crescimento vão ser acompanhadas, já este ano, pela entrada da Goldenergy em dois novos importantes segmentos de mercado: o Autoconsumo e a Mobilidade Elétrica, onde a Goldenergy quer continuar a deixar a marca do seu ADN, que passa pela oferta de energia proveniente de fontes 100% renováveis, a preços competitivos.

“Este ano a Goldenergy vai começar a oferecer soluções integradas de energia aos seus clientes domésticos e às PME, que passam pelo Autoconsumo, através da comercialização de painéis solares e a possibilidade de os clientes poderem vender os excedentes da energia que não utilizem, tornando-se produtores e consumidores. Por outro lado, como empresa que comercializa energia 100% verde, faz todo o sentido entrarmos já este ano no mercado da mobilidade elétrica ou seja, no fornecimento de energia totalmente verde, por exemplo, para os automóveis elétricos”, explica Miguel Checa, CEO da Goldenergy, que aponta como objetivo a entrada da Goldenergy nestes dois segmentos de negócio a partir do segundo semestre de 2021.

Por outro lado, este ano, a Goldenergy quer continuar a aumentar os índices de satisfação dos seus clientes, que em 2020 lhe valeram a distinção de Escolha do Consumidor na categoria Energias 100% Renováveis e dois prémios relativos ao serviço de atendimento ao cliente – telefone e redes sociais – e assim continuar a manter os dados relativos aos índices de reclamações que em 2020 foram apenas em média de duas reclamações por cada mil novos clientes. Reclamações que não se relacionaram com a qualidade do serviço de energia prestado, mas apenas com questões burocráticas de pormenor, assegura a empresa no comunicado.

Para continuar a prestar o melhor serviço aos seus clientes, a Goldenergy investiu, em 2020, 3 milhões de euros na digitalização total da empresa, tendo como objetivo desenvolver na empresa de Vila Real uma plataforma digital que lhe permita crescer em Portugal e, uma vez consolidada, pensar na

internacionalização, sendo Espanha o mercado natural para o início da presença internacional da Goldenergy.