

# “Partimos do princípio de que um Parceiro Canon é para a vida”

A Canon tem investido de forma consistente no Canal e em 2016 pretende continuar a fazê-lo. A aposta contínua em inovação e nos Parceiros são motivos mais do suficientes para darmos a palavra João Fernandes Dias, OIP (Office Imaging Products) Product Marketing Director Spain & Portugal

Vânia Penedo

## IT Channel – Que balanço faz a Canon de 2015?

**João Fernandes Dias** - O ano de 2015 foi positivo para a Canon, tanto na Europa como em Portugal. Na área da impressão a laser, foi um ano bom, não excecional. O mercado não cresceu, embora o não crescimento não signifique exatamente que tenha existido uma retração. Significa que houve negócios importantes no ano anterior, operações maiores, que, ao não existirem em 2015, provocaram uma retração.

## Qual a quota de mercado da Canon, nos diversos segmentos?

Em *scanners* documentais a Canon lidera, com uma quota de quase 40 por cento. Trata-se de uma área importante, porque a desmaterialização dos processos e dos documentos é cada vez mais relevante. Em impressão laser, tanto em impressoras de função simples como as multifuncionais (MFP), a Canon afirma-se como o maior fabricante do mundo, não comercializando somente produtos com marca própria, dado que tem parcerias com outras marcas muito conhecidas, fabricando os seus equipamentos. No segmento de impressão laser *single function* o mercado baixou cerca de 20 por cento. Na área dos MFP laser, para empresas mais pequenas, o mercado caiu cerca de 16 por cento. Considerando os MFP de um segmento mais médio, e não entrando no *office* em particular – médias e grandes empresas – o mercado cresceu 13 por cento. Ou seja, dependendo dos segmentos, podem encontrar-se números bastante diferentes.

O *market share* da Canon no segmento *office*, na sua globalidade, situou-se em 2015 em cerca de 14,5 por cento. No global, baixámos ligeiramente em relação a 2014, ano em que tivemos operações muito importantes.

## No caso dos *scanners*, a que atribuem o bom desempenho?

Deveu-se à boa ligação com o Canal, graças a parcerias que a Canon efetuou com integradores de sistemas e fornecedores de soluções, que reconheceram que os nossos produtos são uma mais-valia



em termos de qualidade, performance e desempenho. Isto levou a que empresas importantes do Canal decidissem ou começassem a dar preferência a trabalhar com produtos Canon.

## Também se deverá à necessidade da digitalização das empresas?

Contribuiu muitíssimo, porque neste momento um dos nossos *core businesses* são as soluções. Procuramos compreender os problemas das empresas, tudo o que diga respeito à área documental, impressão, digitalização, processos, contabilização, segurança, entre outros, e nesse sentido pretendemos entregar uma solução global. Não faz sentido de outro modo porque as empresas têm problemas tão diversos e específicos. A Canon tem apostado fortemente, nos últimos anos, num portfólio de soluções muito alargado. Temos soluções em todas as tecnologias de *printing*. É a empresa do setor que mais patentes regista pela sua elevada componente de inovação.

Nos últimos 10 anos, a Canon preocupou-se muito em desenvolver e criar soluções na área das aplicações de software, nomeadamente em gestão documental, através do desenvolvimento de soluções próprias e com aquisição de empresas. Agora o objetivo é oferecer soluções globais.

## O Canal tem de estar preparado para as entregar...

O Canal para nós é fundamental. Temos vários tipos de parcerias, desde as menos exigentes às mais exigentes.

O Canal tem também de ter a capacidade de fornecer cada vez mais soluções, em vez de um produto isoladamente, embora o mercado transacional continue a ser muito importante, não obstante. Dentro dos nossos programas de parceria, formação, treino e suporte técnico temos um conjunto vasto de soluções que colocamos à disposição dos Parceiros, para que possam disponibilizá-las aos seus clientes.

## Como avalia o mercado português?

O mercado é relativamente pequeno, mas existem, por vezes, negócios de grande dimensão. A existência de um negócio maior, que envolva muitas centenas ou mesmo mais de um milhão de máquinas, provoca influências nos números do mercado de um ano para o outro e isso deve ser tido em conta. Na parte dos MFP laser, nomeadamente os de gama média, a nossa quota de mercado cresceu um por cento, situando-se aproximadamente em 14 por cento.

No que diz respeito ao segmento *office*, ou seja, de produtos para empresas de dimensão média e

alta, este caiu globalmente cerca de 14 por cento, situando-se em cerca de 21 mil unidades. No entanto, há que esclarecer um ponto: se compararmos estes números com os de 2013, já não existe uma diminuição, o que acontece é que em 2014 existiu um conjunto de operações importantes que provocaram um aumento do mercado. Na realidade, o mercado português na área de *office* tem estado nos últimos dois anos muito estável. Mantém-se na ordem das 20 mil unidades, pelo que o comportamento tem sido bastante bom. Nos últimos 10 anos o nosso mercado manteve-se estável, enquanto, por exemplo, o mercado em Espanha baixou cerca de 45 por cento.

### E o segmento de jato de tinta?

Trata-se de um segmento mais pessoal, para pequenas empresas, apesar de um conjunto de esforços de incrementar estas soluções, nomeadamente com o *business inkjet*. No entanto, são produtos ainda muito recentes e cujo mercado tem registado crescimentos importantes. Como ponto de partida tem uma base muito baixa, pelo que o crescimento pode ser enganador.

É, no entanto, uma área muito importante para a Canon. De salientar que a tecnologia jato de tinta da Canon é das que conta com mais patentes. No entanto, para soluções empresariais profissionais, o laser é a solução mais adequada. Evidentemente que os equipamentos de jato de tinta apresentam um custo energético mais favorável, mas a eficiência energética nos equipamentos laser aumentou incrivelmente.

Para 2016, fruto de uma grande aposta no Canal, e também pelas soluções que a Canon tem em termos de portfólio de produtos, as expectativas são de facto muitíssimo boas. Esperamos em 2016 um incremento substancial do *market share*, muito em particular em *office*.

### A que se deve esta estimativa?

Esta previsão otimista está fundamentada por duas razões: a primeira é a eficiência comercial da Canon no país, e a segunda diz respeito às novas parcerias que temos celebrado com o Canal. O de entrada, de *IT & office*, é fundamental porque Portugal é um país de pequenas empresas. Em empresas de dimensão média/alta temos o Canal de *office* e quando caminhamos para os verticais temos o de Professional Print. O desenvolvimento de todos é fundamental para o nosso posicionamento atual e futuro.

### Prentendem continuar a ampliar o número de parcerias este ano?

Não é fácil, porque dentro das parcerias *office* existem parcerias seletivas, que abrangem soluções que, pela sua componente de software, implicam que os Parceiros realizem um conjunto de investimentos em recursos humanos que lhes permitam instalar os produtos/soluções, fazer auditorias de



▶ João Fernandes Dias, OIP Product Marketing Director na Canon para Portugal e Espanha

pré-venda e pós-venda que as suportem. Devido a estes fatores, são parcerias exclusivas e, portanto, o espaço para o número de Parceiros em Portugal é limitado. Por outro lado, quando se celebra um acordo de parceria seletiva com a Canon, é para durar muitos anos. Temos de ter, por isso, algum cuidado na seleção de Parceiros para evitar celebrar acordos que não resultem da forma mais correta. Partimos do princípio de que um parceiro Canon é para a vida. Quase que duplicámos o nosso Canal nos últimos 5 anos, no nível mais avançado, que denominamos de “Advanced Office Solutions”. Neste momento pretendemos ampliar todos os níveis.

O Canal de TI para equipamentos não necessita de todo este investimento em termos de estrutura e de soluções, o qual queremos expandir o mais possível. É um trabalho que em Portugal está a ser muito bem conduzido. Os resultados estão a ser particularmente bons.

### O que representa para a Canon a área de produção?

É extremamente importante. Verifica-se de momento um aumento do volume de impressões de pequena tiragem, assim como do volume de impressões muito personalizadas. Porque o cliente sente cada vez mais a necessidade de realizar ações de marketing personalizadas. A única forma de o conseguir é com equipamentos *laser professional print* e aplicações de software. Dispomos de inúmeras *apps*, nesta área, e mais uma vez o objetivo é oferecer soluções. A aquisição da Océ pela Canon há uns anos foi muitíssimo importante a este nível.

No grande formato somos um dos fabricantes mais fortes em jato de tinta. Temos desenvolvido bastante o nosso portfólio, tanto para a área de CAD como para a área gráfica. No jato de tinta, passámos de uma posição muito modesta em Portugal, com quotas de mercado de 4 a 5 por cento, para uma posição de liderança, para quotas de mercado que

em alguns casos e em alguns segmentos atingem os 80 por cento. É uma área em que o negócio tem estado a correr muitíssimo bem, graças aos Parceiros deste setor.

As nossas expectativas para a área da produção são muito elevadas, tanto em termos de resultados globais de vendas como de resultados de Canal. Quando falamos em *professional printing* falamos em produtos de valor muito elevado. Nesta área o desenvolvimento do Canal é crucial.

### Qual a estratégia da Canon para a área de CCTV?

As ambições da Canon são simples: ser o líder mundial. É um mercado muito grande no qual se afigura um crescimento muitíssimo elevado para os próximos anos. A Canon é desde há bastante tempo muito forte neste setor, enquanto fabricante de produtos de segmento médio/alto. A parceria com a Axis veio reforçar substancialmente a nossa oferta em hardware. Em software, a aquisição da Milestone foi muito importante. Criámos deste modo um ecossistema que permite oferecer soluções globais neste setor.

### E que podemos esperar da Canon ao nível da projeção?

A Canon tem uma oferta muito alargada em todos o tipo de projetores – desde os de entrada de gama aos de gama média e alta. Temos oferta em quase todas as tecnologias da área de projeção: desde 4K a tecnologia LCD e LCoS. É mais uma área onde necessitamos muitíssimo dos Parceiros. Um dos nossos problemas passa por termos um portfólio muitíssimo alargado, em todas as áreas. Isto leva-nos a ter de uma maior agilidade na criação de parcerias para desenvolver todos esses setores. No caso da projeção, precisamos de especialistas, empresas que saibam comercializar esses produtos, suportá-los e instalá-los. 