

**INDÚSTRIA**

**Loja Indústria quer lançar marca própria no mercado do aquecimento industrial**

A Loja Indústria, representante exclusiva de marcas mundiais da área de queimadores e aquecimento industriais (Viessman, Steinen, Union Special), quer criar a sua própria marca. O director-geral da empresa, Paulo Correia, assume que a empresa é líder de mercado e pretende ser "uma referência para a indústria de Portugal". A Loja Indústria aposta na diversidade de peças e produtos, prazos de entrega e preços reduzidos e prevê facturar este ano meio milhão de euros.



A Venezuela também já lançou um satélite fornecido pela China.

**TELECOMUNICAÇÕES**

**Satélite chinês foi lançado para operar comunicações para o Paquistão**

Um satélite de telecomunicações de fabrico chinês foi lançado na passada sexta-feira do centro espacial de Xichang, no sudoeste da China, e vai operar comunicações do Paquistão, informou a agência oficial Xinhua. O satélite PAKSAT 1R é a primeira encomenda do género de um país asiático à China, que também lançou um aparelho com as mesmas características encomendado pela Venezuela e está a construir outros para a Bolívia, entre outros países.

# Euforia da Groupon atrai Facebook

Os 'sites' de promoções, como o da Groupon - que pediu admissão à bolsa - estão a cativar novos concorrentes.

**Michael Stothard**  
Exclusivo Financial Times

**EXCLUSIVO FT** Groupon é um dos mais populares 'sites' de promoções, com elevados descontos que vão desde pacotes de férias a sanduíches de frango. Entre as ofertas mais bem sucedidas estão os tratamentos em SPA e as ofertas nos restaurantes. Na última sexta-feira, por exemplo, era possível comprar uma depilação a laser por 99 libras (113 euros), quando o preço de tabela são 540 libras (615 euros). Apareceram 19 interessados. O 'site' não disponibiliza apenas pequenas ofertas como esta. Na última semana, a Groupon

oferecia uma espécie de 'pack' de casamento com um evento para 60 convidados num hotel, incluindo pequeno-almoço e jantar, uma entrada em tapete vermelho para a noiva, dois copos de vinho por convidado e ainda uma taça de champanhe por cada pessoa. Tudo por 2.900 libras (3.300 euros), 64% abaixo do preço habitual. Cinco casais já tinham comprado a promoção. O facto de a Groupon ganhar 1.450 libras (1.650 euros) neste negócio - a outra metade ficou para o hotel -, simplesmente por listar a promoção num catálogo de ofertas, é uma das razões pela qual os rivais Facebook e Google estão a disputar ferozmente este mercado.

O Facebook expandiu os seus serviços de promoções dentro da Europa e no Canadá já este ano, enquanto a Google Offers está a planear crescer entre as várias cidades norte-americanas que já cobre. O serviço do Facebook dirige-se sobretudo aos utilizadores de 'smartphones' e quer desafiar directamente os serviços móveis da Groupon, que permite aos clientes pesquisar promoções disponíveis nos locais mais próximos do sitio onde estão. Um dos maiores rivais da Groupon é a LivingSocial, que oferece um serviço semelhante e está disponível em quase 450 cidades no mundo inteiro. Ambas oferecem incentivos aos uti-

**O serviço de promoções do Facebook dirige-se sobretudo aos utilizadores de 'smartphones' e quer desafiar os serviços móveis da Groupon, que permite pesquisar promoções geograficamente próximas.**

lizadores para que possam recomendar as ofertas a pessoas das suas redes de contactos - por cada negócio conseguido junto de um amigo de um cliente, a Groupon oferece-lhe quase sete euros de desconto na próxima oferta que subsecrever. Já a LivingSocial dá uma promoção por inteiro se três dos seus amigos seguirem a recomendação e comprarem o 'cupão'. O crescimento acelerado deste negócio, alimentado pela adesão crescente dos consumidores, levou mesmo a Groupon a avançar com o pedido de admissão à Bolsa. A empresa, criada há três anos, contudo, ainda soma perdas de 181 milhões de dólares (127 milhões de euros). ■