05/08/2015 - O brasileiro ainda consome pouco LED



Constatação é feita quando se compara a capacidade instalada de iluminação do Brasil à de outros países. Preço ainda dificulta popularização dessa tecnologia de iluminação

O Brasil, assim como a América Latina, ainda importa poucos equipamentos e lâmpadas de LED, principalmente quando sua capacidade instalada de iluminação é comparada à de outros países. Europa, Estados Unidos e parte da Ásia estão muito à frente da América Latina na utilização do LED. Um exemplo é o Japão, país que tem comprado apenas LED na renovação da sua iluminação residencial, comercial e pública. Já a Europa aboliu totalmente o uso de incandescentes em 2012, enquanto o Brasil fará isso apenas em 2016.

“O brasileiro utiliza muito pouco LED na iluminação residencial, principalmente por dispor ainda da incandescente e das lâmpadas econômicas, as compactas fluorescentes, todas com preços muito acessíveis e disponíveis em quase todos os pontos de vendas do Brasil”, informa Gilberto Grosso, especialista em iluminação e CEO da Avant, empresa com 17 anos de atuação nesse segmento.

Todavia, alguns tradicionais fabricantes de lâmpadas têm investido muito no LED, acreditando que o mercado se expandirá à medida que o consumidor for conhecendo os aspectos positivos dessa nova tecnologia e o seu preço for caindo, estimando que o mercado dobre de tamanho já em 2015, atingindo o consumo de oito milhões de lâmpadas.

A Avant aumentou as vendas em LED de 3% para 8% em 2014, comparado com 2013, sendo que este ano pretende chegar a 30% do seu faturamento com essa tecnologia. Por outro lado a empresa tem investido muito em treinamento de consumidores, clientes e formadores de opinião. “Quanto melhor informado estiver, mais rápido o mercado fará a migração para o LED, pois hoje o que impera é o baixo uso por falta de informações técnicas apropriadas”, avalia Grosso.

Outra questão a ser enfrentada é o excesso de marcas e produtos de baixíssima qualidade, sem nenhum respeito ao consumidor, criando uma imagem de que o LED, além de caro, não tem boa qualidade. A regulamentação do Inmetro/Procel, já aprovada no último mês de março, deverá retirar do mercado brasileiro essas marcas piratas, mantendo apenas produtos de fabricantes exclusivos de iluminação.

Sobre a Avant - Fundada em março de 1998, a Avant é referência nacional no mercado de lâmpadas de alta qualidade, sendo reconhecida e prestigiada pelos profissionais e consumidores brasileiros pela excelência no lançamento de produtos para iluminação, na

orientação técnica aos profissionais, e pela qualidade e diversidade do seu portfólio. Entre eles, destacam-se LEDs, lâmpadas fluorescentes, compactas econômicas, halógenas e de descarga, luminárias (de emergência e hermética), refletores e produtos de segurança (anunciador de presença, campainha digital sem fio, sensor de presença e temporizadores analógico e digital), entre outros. Em 2014 a empresa ampliou seu portfólio para o segmento de iluminação decorativa, oferecendo lustres, luminárias, pendentes e plafons.

Sediada em São Paulo, a Avant tem forte atuação em todo o País, por meio de um Gerente Nacional de Vendas, oito Gerentes Regionais, quatro gerentes de Canais de Vendas e aproximadamente 150 representantes comerciais distribuídos por todos os Estados brasileiros. A empresa atende diretamente a cerca de 3.900 pontos de venda, entre lojas de material elétrico, lustreiros, revendas de material de construção, home centers e supermercados, além de atuar fortemente como parceira de lighting designers, arquitetos e engenheiros. Em 2014, inaugurou em sua sede o Avant Lighting Center, espaço que reúne um completo centro de treinamento, laboratório luminotécnico e showroom.

Todos os produtos da Avant são produzidos em fábricas de primeira linha localizadas na China, Taiwan e na Coreia do Sul. O fornecedor das compactas fluorescentes, por exemplo, é líder mundial na fabricação deste tipo de lâmpada, abastecendo as principais multinacionais que atuam nessa área. Todos os itens que recebem a marca Avant obedecem a minuciosos critérios de qualidade antes de entrar no mercado nacional, cujos padrões tecnológicos e de segurança são assegurados pelo rigoroso planejamento e controle das operações, e atestados no Brasil pela certificação do Inmetro/Procel.

O carro-chefe da empresa é a linha de lâmpadas compactas fluorescentes. Neste segmento detém aproximadamente 11% do mercado brasileiro, tendo comercializado mais de 25 milhões de unidades no último ano. Sua meta é conquistar 20% desse setor nos próximos cinco anos. Para 2015, a previsão de crescimento no faturamento da companhia é de 17% em relação a 2014. O incremento se dará através do aumento das vendas de produtos tradicionais e da ampliação no portfólio de itens com tecnologia de ponta, principalmente os que utilizam LED.

www.avantled.com.br

Foto: divulgação

Via Pública Comunicação