23/06/2014 - A hora e a vez da popular de 60W deixar o mercado

Primeiro foram as de 100W e 150W. Agora são as de 60W e, não demora (2015), as de 25W e 40W também não estarão mais por aqui para contar a história iniciada em 1879 pelo inventor Thomas Edison. Gradativamente, uma a uma, as lâmpadas incandescentes estão deixando o mercado brasileiro – a exemplo de outros países –, sendo substituídas pelas compactas fluorescentes e, mais recentemente, pelas lâmpadas de LED.
Seguindo o cronograma determinado pela Portaria Interministerial 1007, publicada em 2010, a partir de 1º de julho próximo, as tradicionais lâmpadas incandescentes de 60W deixarão de ser produzidas e importadas. Mas vale ressaltar que aquelas que ainda estiverem disponíveis em estoque poderão ser comercializadas ao consumidor até junho de 2015.
“Eficiência energética e sustentabilidade aliadas ao conforto visual: é esta a realidade atual. E uma lâmpada que consome 95% de energia e gera apenas 5% de luz, caso da incandescente, não se sustenta mais diante de tal apelo”, pondera Gilberto Grosso, CEO da Avant, empresa fabricante de lâmpadas há 15 anos instalada no Brasil, e complementa: “Ainda mais quando temos disponíveis lâmpadas compactas fluorescentes que gastam apenas 15% de energia e produzem 85% de luz, e as de LED com índices de 10% e de 90%, respectivamente. É, de fato, um milagre para a sustentabilidade”.
Há quem possa se sentir saudoso sem o conforto da luz amarelada reproduzida pela lâmpada incandescente. No entanto, em tempos de eficiência energética – especialmente quando os níveis dos reservatórios de água encontram-se em estado de alerta pela falta de chuvas –, a determinação vem, mesmo, em boa hora.

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 2013 a empresa entrou também no 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, sete Gerentes Regionais e aproximadamente 140 representantes comerciais distribuídos por todos os Estados brasileiros. A empresa atende diretamente a cerca de 3.600 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. Seu Centro de Distribuição localizado em Joinville (SC) opera com sistemas automatizados de controles, como o WMS na expedição e gerenciamento dos estoques, e o EDI na administração logística, assegurando rapidez e eficiência no atendimento.
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 10% do mercado brasileiro, tendo comercializado 21 milhões de unidades no último ano. Sua meta é conquistar 20% desse setor nos próximos cinco anos. Para 2014, a previsão de crescimento no faturamento da companhia é de 15% em relação a 2013. 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.

Via Pública Comunicação