

O mercado de LED no Brasil ainda é pouco expressivo

Alto preço ainda dificulta popularização dessa tecnologia de iluminação no país

09/06/2015 10:58:03

Embora o mercado brasileiro residencial e comercial de lâmpadas seja muito grande e o LED contabilize inúmeras vantagens, sua participação ainda é pouco expressiva devido ao preço alto quando comparado às lâmpadas tradicionais.

A afirmação é do executivo Gilberto Grosso, lighting professional e CEO da Avant, que argumenta “não existir pesquisas formais dimensionando o mercado brasileiro de iluminação, porém, acredita-se que o LED ainda esteja engatinhando ao redor de 4 milhões de unidades, considerando como base o ano de 2014, enquanto outras lâmpadas alcançam números muito maiores: as incandescentes estão na casa dos 250 milhões de unidades anuais, 200 milhões de compactas fluorescentes, 85 milhões de fluorescentes tubulares e 20 milhões de halógenas.”

A Avant, uma das cinco principais marcas de iluminação do Brasil, tem se destacado nesses 17 anos de vida em produzir produtos com tecnologia avançada e hoje lidera o mercado de compactas fluorescentes com 11% de market share. Todavia, está migrando suas vendas para o LED.

“Em 2015 as vendas de LED representarão 30% do negócio da empresa, enquanto espera-se que o mercado brasileiro dobre de tamanho no consumo dessa tecnologia. Por outro lado, a Avant atualmente é a marca que importa o mais expressivo volume de LED comercializado no País, mantendo no seu Centro de Distribuição de Joinville, em Santa Catarina, um estoque regulador na casa de um milhão de unidades”, afirma o executivo.