

**INDAC**

Instituto Nacional para o  
Desenvolvimento do Acrílico

jornal do

# acrílico

# 42

mar/abr 2009

Uma publicação do Indac - Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico



**Acrílico brilha no lugar mais alto do pódio  
nas premiações com troféus**

Veja também: **Quanto vale um showroom e a  
dobradinha entre Fórum e Salão do Acrílico**

# Tabelinha junta Fórum e Salão do Acrílico

**R**ealizado por oito edições sucessivas, o Fórum Acrílico consolidou-se como principal referência técnica e de tendências do segmento no Brasil. Essa constatação, entre outros motivos, deu ao Indac segurança para avançar mais alguns passos na divulgação institucional do material e agregar ao fórum o 1º Salão do Acrílico. O balanço preliminar do evento indica que a tabelinha Fórum-Salão pode se repetir nos próximos anos – ao final de março, 18 empresas haviam confirmado presença no Salão.

Além de atualizar conhecimentos sobre o mercado com as palestras de especialistas (que é a proposta do fórum), o público terá, a partir de agora, a oportunidade de conhecer, no mesmo local, o que as várias empresas que trabalham com o acrílico estão produzindo ou podem fabricar com ele. O 1º Salão do Acrílico é organizado em parceria pelo Indac e Craft Eventos com a proposta de aproximar consumidores e fornecedores, divulgar o uso do acrílico para os mais diversos setores, além de apresentar aos visitantes sua versatilidade como matéria-prima.

O Salão será realizado no Centro Fecomércio de Eventos, área que permite montar 42 estandes – algumas das empresas reservaram mais de um módulo. Adhemar José de Freitas Filho, da Craft Eventos, empresa que realiza outras feiras e exposições, conta que, nesses outros eventos, vinha notando o interesse que o acrílico desperta entre os designers. “Trata-se, na verdade, de uma reabilitação já que por várias razões, ao longo dos anos, o espaço do acrílico acabou sendo ocupado por outros materiais, como no setor de construção civil”, explica.

Freitas considera que, hoje, o setor está maduro para organizar uma feira específica, deixando de ser um apêndice em outros eventos. Uma aposta da Craft para trazer novos públicos ao salão são os estudantes de design. “Nos próximos anos, o atual estudante pode se tornar especificador e usuário do acrílico em suas produções”, avalia. “Hoje, muitos profissionais pensam em desenvolver produtos em acrílico, mas não sabem como proceder. O Salão representa a oportunidade de as empresas mostrarem como isso é possível”, acrescenta Freitas.

Primeira empresa a reservar espaço no salão, a Acrílicos Santa Clara, de Jaraguá do Sul, SC, promete dar ênfase no Salão à sua face transformadora – a empresa também distribui chapas acrílicas. “Esperamos a visita de designers e profissionais ligados às agências de publicidade. Em função disso, daremos preferência a mostrar produtos para pontos de vendas e displays”, antecipa Ralf Sebold, diretor da Santa Clara. Para ele, mais que a simples exposição, o Salão pode contribuir para transformar efetivamente o acrílico num segmento industrial.

Fabricante de abrasivos para polimento do acrílico, a Polymat estará no Salão. “Somos um dos poucos fabricantes desse tipo de produto no país, a maioria dos transformadores o adquire de nossa empresa e somos associados ao Indac. São três bons motivos para prestigiarmos o evento”, diz Antonio Burti, sócio-proprietário da Polymat. A empresa tem como público-alvo os transformadores do acrílico, mas como acredita que o Salão pode atrair consumidores e usuários, irá também apresentar um produto para polimento doméstico.

Faça desde já seu registro para participar do Fórum Acrílico 2009, enviando e-mail para [marketing@indac.org.br](mailto:marketing@indac.org.br)



JO Vian

## 1º Salão do Acrílico

**Data:** 20, 21 e 22/08/2009

**Horários:** das 13h às 21h, dias 20 e 21

(quinta e sexta-feira)

e das 10h às 17h no dia 22 (sábado)

**Local:** Centro Fecomercio de Eventos em São Paulo

## 9º Fórum do Acrílico

**Data:** 20/08/2009

**Horários:** das 9h às 13h

**Local:** Teatro Raul Cortez, no Centro Fecomercio de Eventos

Rua Dr. Plínio Barreto, 285 - Bela Vista São Paulo - SP

(ao lado da Fundação Getúlio Vargas)



# Troféus em acrílico acrescentam beleza às

**N**a mais sórdida das peladas – como escreveu o dramaturgo Nelson Rodrigues - ou na partida mais importante do século, a vitória tem como um dos atos simbólicos mais significativos a entrega do troféu. Na cerimônia do Oscar ou na solenidade de reconhecimento de um feito, o momento possui um significado mágico para os vencedores ou homenageados.

Há anos, em várias dessas ocasiões, esses eventos vem sendo “acompanhados” de perto pelo acrílico. A maleabilidade do material, a disponibilidade de cores e as possibilidades de desenho que oferece, tem feito do material um dos atores mais requisitados nessas situações.

Apesar de não existirem estimativas sobre a participação do material no mercado de troféus é possível afirmar que, quando se buscam peças mais elaborados, recorre-se constantemente ao acrílico.

“Utilizando o acrílico temos um produto com acabamento muito mais leve e nobre que transmite maior grandeza à premiação de um espetáculo”, avalia Giovanna Alberico, da área de produção da SL Cril, associada Indac que atua no segmento. A empresa desenvolve diversos modelos de troféus, comercializando-os sob encomenda.

“O fator preço não é sempre o mais relevante nesses trabalhos”, opina Paulo Marçal de Freitas, diretor comercial da Policristal, outra indústria do setor. Para Marçal conta ponto a favor do acrílico a versatilidade. “O material nos ajuda a ter flexibilidade nos projetos, o que é uma característica importante em nosso negócio. Ele produz um efeito muito bonito e é bastante valorizado por nossos clientes”, explica.

José Eugênio Peres, diretor comercial da unidade Campinas da Casa do Acrílico, enumera algumas razões que levam à escolha de um troféu em acrílico: “A transparência do material é inigualável, a versatilidade de aplicações é praticamente infinita, e a leveza do acrílico tanto no peso como no visual são vantajosas em relação aos outros materiais”. Quanto aos preços, ele acredita que se houvesse consumo maior na área de troféus, cairiam bastante.

Para Rodrigo Cataldi, sócio-diretor da Tudo em Acrílico, a escolha do troféu em acrílico se dá em função da possibilidade de ter formatos originais sem a necessidade de gastar com moldes e pela personalização com logotipos e desenhos. Como outras empresas do setor, a Tudo em Acrílico produz troféus sob encomenda, fabricando em torno de 6 mil peças anuais.



Fotos: Marcos Vaz



# premiações e eternizam vitórias

A razão que leva o consumidor a escolher o troféu em acrílico deve-se, na análise de Patrícia Santos, assistente administrativa da Delta Acrílicos, de Porto Alegre, a ele aceitar facilmente transformações com moldagem, colagem e estampa. “E na questão visual, a peça fica com um acabamento limpo e cristalino, diferente do vidro, que deixa uma borda esverdeada”, compara.

Uma ótima razão para escolher um troféu em acrílico é a nobreza do material, na opinião de Cilene Macedo de Souza, diretora comercial da Fap Acrílicos. “A vantagem em utilizá-lo é a sua diversidade de cores, transparência, espessura e textura. O acrílico pode passar por alterações em sua forma sem perder o brilho e beleza”, justifica.

A gerente comercial da DMI/Oficina do Acrílico, de Vitória, Ana Paula Marques, atribui a preferência pelos troféus de acrílicos à oportunidade de criar um símbolo exclusivo, com material bonito, arrojado, durável e de alta versatilidade. A Oficina do Acrílico, informa Ana Paula, tem como diferencial contar com um designer entre seus colaboradores, criando peças exclusivas.

Pelos dados da Bérkel e Castcrl, produtores de chapas acrílicas, endossados pelos números do Indac, o volume de acrílico consumido pelo setor de troféus situa-se em torno de 2% da demanda total

do mercado, correspondendo a cerca de 200 toneladas anuais. Luis Maradini e Felisberto Travassos, representantes da Bérkel e Castcrl, respectivamente, observam que, com esse tipo de produto, o acrílico acaba sendo exibido em ambientes onde, de outras formas, não estaria presente. Num escritório, por exemplo, condecorações recebidas por uma empresa são, em geral, expostas em áreas nobres. E, nesses casos, dispostos ao lado de troféus de outros materiais, invariavelmente a peça em acrílico destaca-se por sua qualidade e beleza.

Muito requisitado em ocasiões especiais, é raro, no entanto, encontrar troféus em acrílico em pontos de venda como lojas de esportes, onde, em geral, o consumidor final se dirige para adquirir esse tipo de brinde. Entre as principais lojas paulistas que revendem troféus, o proprietário de uma delas – a Zona Livre Sports – considera que falta atividade comercial mais constante para as empresas do setor de acrílico, além de melhor assistência para os produtos entregues nos pontos de venda. Com isso, justifica o fato de não comercializar troféus do material.

O fato mostra, portanto, que existem oportunidades de mercado a serem mais bem exploradas pelas empresas fabricantes. E que isso pode contribuir para mudar a imagem desse produto nesses pontos de venda.



Troféus cedidos para fotos pela empresa Tudo em Acrílicos

## Entrevista Bruno Iannelli

No futuro, caso alguém decida registrar a história do acrílico no Brasil, algumas páginas deverão obrigatoriamente ser ocupadas por personagens e empresas que determinaram a trajetória do setor. Não poderá ficar fora dela, o empresário Bruno Iannelli e a Aciresinas, que ele comanda há mais de três décadas.

### Como o senhor se envolveu com a indústria do acrílico no Brasil?

Vim da Itália na década de 1970, onde já atuava como projetista industrial, para trabalhar no Brasil em uma indústria do setor químico que iria montar aqui no país uma nova unidade. Inicialmente eu deveria ter ficado por dois anos, mas esse período se prolongou e, alguns anos depois, acabei me desligando dessa indústria para fundar a Aciresinas. Hoje temos cerca de 220 empregados e, nesse período, a Aciresinas nunca mudou de nome.

### O que é a Aciresinas atualmente? Em que áreas ela atua?

Fabricamos displays, peças de comunicação visual, tubos e tarugos e outras peças em acrílico. Temos quatro unidades no grupo que são química, manufatura, montagem e a loja de complemento para interiores – Diagonale, na Rua Peixoto Gomide, em São Paulo. Atuamos em praticamente todas as etapas de transformação do material e nossos produtos são utilizados em hipermercados, bancos, lojas e centros comerciais de todo o Brasil. Realizamos obras grandiosas em acrílico como os corrimãos do Shopping Ibirapuera há 25 anos e, no ano passado, os painéis do Aquário de São Paulo, no bairro do Ipiranga. Estivemos nos últimos quinze anos nas edições da Brasilplast, um dos maiores eventos do mundo no segmento de plásticos, que reúne mais de 1300 expositores e temos sido presença constante na mostra Casa Cor São Paulo, quase sempre nos ambientes centrais. Nessas três décadas, acredito ter conseguido fazer da Aciresinas uma escola de vida.

### Quais os motivos de senhor afirmar que a empresa é uma escola de vida?

Ao contrário do que costuma ocorrer no setor, a Aciresinas nunca mudou de nome

e sempre cumpriu fielmente todas as suas obrigações tributárias e trabalhistas. Temos, entre nossos colaboradores, vários empregados com mais de 20 anos de empresa. Alguns deles eram antigos moradores de rua, a quem demos chance de ter uma profissão. Hoje, nossos funcionários possuem o melhor restaurante e usufruem do melhor convênio médico. E a continuação da empresa está assegurada com a presença de meus sucessores Salvatore e Paola Iannelli.

### Na sua opinião, qual o futuro do mercado de acrílico no Brasil? Em que setores o consumo do material pode crescer?

Acredito que na área de comunicação visual há um grande potencial. Um exemplo disso é a fusão dos bancos Itaú e Unibanco. Na criação de uma nova marca, irão consumir muito acrílico. Num momento como esse que estamos vivendo, de crise

Num momento de crise mundial, as empresas investirão em pontos de venda, onde o uso do acrílico valoriza a marca

mundial, as indústrias investirão em pontos de venda, onde o uso do acrílico em comunicação visual é importante uma vez que a decisão de compra do consumidor ocorre sempre nesse momento. Hoje, entre 60 a 70% do acrílico consumido não só Brasil como no mundo todo é dirigido à comunicação visual. 20% são empregados em proteção de máquinas e equipamentos e 10% em móveis e objetos decorativos.



▲ Mesa Saarinen, fabricada pela Aciresinas, em ambientação do escritório Carlos Rossi Arquitetura



## Showrooms atraem clientes

**A**s operações realizadas por Internet mudaram para sempre as formas de se fazer negócios, principalmente em função da comodidade. A rede nunca irá, no entanto, substituir o comércio tradicional. No caso do acrílico, por exemplo, não se deve esperar que artistas, designers e arquitetos abram mão de ver, sentir e tocar o material com o qual possam transferir suas criações em objetos reais. E, nessas situações, como esse público costuma agir?

Buscar as indústrias do segmento é uma alternativa que esses criadores utilizam. Algumas das empresas da área resolveram adotar uma postura proativa e, num momento em que o acrílico vem sendo redescoberto, estão se aproximando desses clientes - e do público em geral - com a abertura de showrooms - e, hoje, já notam a diferença entre receber o especificador na fábrica ou "envolvê-lo" no clima de uma área planejada para expor e vender seus produtos.

Em São Paulo, o showroom da Savion Acrílicos, na avenida Fagundes Filho, 691, próximo à estação Saúde do metrô, é exemplo dessa situação. "Em geral, quem nos procura é o público do varejo para desenvolver uma peça específica. Porém, recebemos também empresas em busca da qualidade e variedade de nossos produtos", relata Celso Blaj, diretor da empresa. No local, a Savion dispõe de profissional treinado para atender e - destaca Blaj - resolver o problema do cliente. Na opinião do diretor da Savion, o showroom traz confiança e segurança ao cliente uma vez que ele pode conhecer a estrutura da empresa e a qualidade dos produtos. O fato de estar num local de fácil acesso facilita essa visita.

"Em nosso showroom recebemos arquitetos, designers e marceneiros", informa Orlando Pellin, diretor da Mapro, empresa de origem gaúcha que mantém showroom junto à sua fábrica, em Caxias do Sul, RS, localizada na rua Flores da Cunha, 1676. Pellin atribui ao espaço a função de divulgar e ampliar o conhecimento técnico sobre o acrílico. Observa, porém, que todos os produtos da Mapro podem também ser conhecidos no site da empresa.

Localiza-se na rua Peixoto Gomide, 1748, em São Paulo, a Diagonale, loja-showroom do grupo Aciresinas. "Recebemos na Diagonale arquitetos, decoradores e clientes finais", explica Paola Iannelli, diretora da empresa. Encontram-se peças acabadas no local, mas, em geral, é ali que são feitas as encomendas de projetos e trabalhos personalizados. "Oferecemos ao cliente a possibilidade de, através das peças expostas, visualizar o que pode ser executado", acrescenta. Paola considera fundamental para o showroom uma boa localização - o bairro onde fica a Diagonale

Fotos: Cleyton Pinheiro



▲ Interior do showroom da Casa do Acrílico, no centro do Rio de Janeiro

(Jardim Paulista) é considerado área nobre da capital paulista. "Comodidades como localização, fácil acesso e, principalmente, estacionamento, são essenciais a qualquer tipo de comércio. Antes, sentíamos que os clientes tinham receio de ir até nossa fábrica", conta a diretora da Diagonale.

Gilson Soares, diretor da Casa Acrílico, tradicional processadora do material do Rio de Janeiro, atende a todo tipo de público - clientes finais e especificadores - em sua loja, localizada na rua dos Inválidos, 139, no centro daquela cidade. "O showroom nos permite apresentar a esse público os vários tipos de peças em acrílico", explica Soares. Com um atendimento ágil, a Casa do Acrílico comercializa no local peças de linha e efetua o corte de chapas. É ali também que ela recebe as solicitações de projetos diferenciados. Encontram-se no showrom da Casa do Acrílico acessórios para banheiros, cozinhas, escritórios e presentes em geral.

Savion Acrílicos – 11 5581.0933  
www.savion.com.br

Mapro – 54 3221.3080  
www.mapro.com.br

Diagonale – 11 3088.3496  
www.diagonale.com.br

Casa do Acrílico – 21 3970.7005  
www.acrilico.com.br

## EXPEDIENTE

O *Jornal do Acrílico* é o órgão oficial de divulgação do Indac – Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico.

## Diretoria executiva

**Diretor-presidente:** Eduardo M. A. Baptista **Vice-presidente:** Alexandre Lazzarotto  
**Diretores:** Danilo Trevisan, Marcelo D. Lopes, Marcelo Thieme e Ralf Sebold  
**Consultor-executivo:** João Orlando Vian

**Produção Editorial:** Oficina de Mídia – www.oficinademidia.com.br

**Jornalista Responsável:** Solange Melendez (MTB 14020);

**Edição:** Adilson Melendez; **Arte:** APIS design integrado; **Capa:** Apis design integrado;

**Foto de capa:** Marcos Vaz; **Gráfica:** Cromat.

CONTATOS: indac@indac.org.br – 11 3171 0423 – www.indac.org.br