



Uma das propostas apresentada pela Bosch foram as placas solares Buderus



A distribuidora Anixter levou à feira as marcas Pelco, Commscope e Avaya

TRANSPOQUIP 2009

Eventos esportivos aquecem setor de infra-estrutura



reportagem

Em Abril, a ISC 2009 evidenciou o cenário de recessão da economia e preocupação com o desempenho do PIB nacional. Em novembro, mês passado, uma feira de outro setor refletia a retomada de confiança do mercado. A Transpoquip América Latina, principal encontro das indústrias de infra-estrutura para transportes, realizada no Expo Center Norte, em São Paulo, dos dias 17 a 19 de novembro, alcançou este ano um número acima do esperado de expositores e visitantes. Foram 3.300 visitantes e 100% do seu espaço para exposições preenchido por 200 empresas, de 21 países. Pela primeira vez, foi realizada a Expo Estádio, um evento paralelo que discute temas bastante oportunos num período que antecede grandes eventos esportivos a serem sediados no Brasil.

O interesse das empresas é tal que, este ano, foi criada uma lista de espera de empresas interessadas em participar da feira. Na opinião de Sebas van den Ende, presidente da Real Alliance, organizadora do evento, o ano de 2009 terminará em meio a uma animação sem precedentes quanto às perspectivas de negócios. "Testemunhamos com satisfação o crescente entusiasmo dos nossos expositores quanto ao futuro próximo dos investimentos públicos e privados em infra-estrutura de transportes e em equipamentos urbanos, para suportar as novas demandas impostas pela Copa 2014 e pelas Olimpíadas de 2016", observou o responsável.

Segundo estimativas divulgadas na feira, esses eventos esportivos, somados às obras

relativas ao pré-sal, ao trem de alta velocidade anunciado pelo Governo, à modernização de portos e aeroportos e ao avanço das malhas viária e metroviária, poderão superar os R\$ 700 bilhões dentro de apenas três anos. Somente do PAC, são R\$ 58 bilhões a serem investidos em infra-estrutura até 2010.

No final de Outubro passado, o Governo definiu as condições que serão oferecidas pelo Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) para o financiamento de reformas e construções de arenas públicas e privadas nas cidades-sede da Copa do Mundo de 2014. O Banco financiará até R\$ 400 milhões por estádio. O BNDES também vai estimular o uso de tecnologias ambientalmente sustentáveis na construção e operação de cada arena esportiva.



Octavio do Nascimento Brito, da AMI Music, apresentou propostas da Bose



A Philips divulgou o novo conceito "Arena Experience"

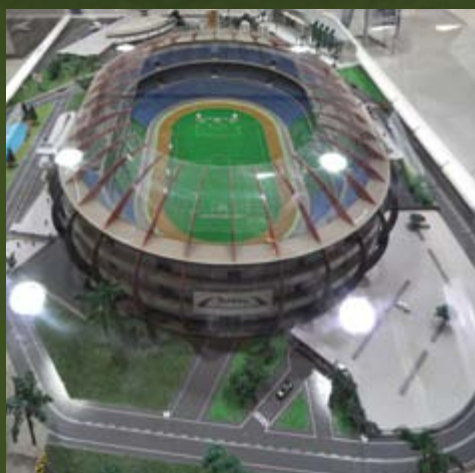
Aproveitando a proximidade da Copa do Mundo de 2014 e a escolha do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Olímpicos de 2016, a feira Transpoquip deste ano contou com a Expo Estádio, criando uma lista de espera de empresas interessadas em expor.

Por Rodrigo Guedes



Tendo em vista esses números, o discurso de otimismo era repetido pelos expositores. "O principal motivador da nossa participação no evento é presença de autoridades do setor aéreo, como é o caso da Infraero, já que os investimentos a serem feitos no Brasil nesta área estão entre os maiores do mundo e devem se iniciar urgentemente", disse Renato de Almeida Pereira, regional manager da Altef Sistemas de Manipulação de Bagagens, multinacional francesa da área de logística aeroportuária.

Marcaram presença gigantes globais dos mais distintos segmentos, como 3M, Bosch, Philips, GE, Sony e Bayer, além da Digicon, Seal, Anixter, Kodo, Wolpac, BR Barrier, Magnetic Autocontrol e Tyco.



A Bosch participou pela primeira vez do evento com um estande contando com quatro de suas divisões

MULTI-USO

O que algumas dessas empresas destacaram é que os estádios brasileiros, em geral, têm infraestrutura muito aquém do que será necessário para sediar eventos internacionais. "Os estádios vão ter que fazer toda a reestruturação para atender o que a Fifa está pedindo. Vai ter que mudar muita coisa", acredita Clodoaldo Ramos, gerente de contas da Anixter. A distribuidora levou à feira as marcas Pelco, com suas câmeras dome IP modelos Sarix e Esprit, a Commscope, apresentando soluções iPatch e 360 para controle interativo em tempo real sobre conexões de fibra e de cobre, e a Avaya, exibindo ofertas de comunicações unificadas. "O diferencial da Anixter é trabalhar em todas as áreas de infra-estrutura para



A Eyevis divulgou suas soluções de exibição voltadas especialmente para salas de controle e centros de monitoramento



Antonio Carlos, diretor da BR Barrier, fabricante de equipamentos de controle de acesso, demonstrava cancelas de alto fluxo

ARENA ZAGREB (CROÁCIA)

Impacto visual com a melhor imagem

Por Javier González, da IP Espanha



A Arena Zagreb foi inaugurada no final de 2008 para abrigar eventos esportivos, shows, exposições, feiras, convenções e congressos. Localizado a sudoeste de Zagreb, capital da Croácia, o maior poliesportivo do país tem capacidade para 22.400 pessoas (15.200 sentadas). Com uma fachada definida por colunas arqueadas que derivam da forma de uma concha, possui um sistema telescópico de 4.500 lugares que permite configurações variáveis.

A multinacional Light & Sound Design foi selecionada para projetar e instalar no interior da Arena Zagreb um cubo de

mídia gigante, formado por quatro telas LED SP8 da empresa italiana Tecnavision, no qual é exibido o placar dos jogos, publicidade, mensagens dirigidas, etc. Com resolução gráfica de 15.625 pixels/m² e uma definição de 16x16 pixels, os módulos SP8 têm uma separação entre pixels de 8mm, adequada para os marcadores de vídeo utilizados no interior de pavilhões esportivos, onde o público fica situado a mais de 8m de distância da tela.

Para erguer o cubo, a Light & Sound emprega 4 guinchos SM10 Stagemaker do fabricante francês Verlinde.

o estádio - de telecomunicações a infra-estrutura de cabos. Os clientes procuram a Anixter pela capacidade de entregar a solução completa, que é a nossa vantagem”, pontua Ramos.

A Bosch era outra entusiasta da oferta de soluções amplas. Conforme disse Carolina Hinz, do marketing corporativo da Bosch, “Copa é muito mais do que construção de estádio”. Além de expor tecnologias para os estádios, como as placas de vidro para captação de energia solar visando ao aquecimento de água para piscinas ou consumo no vestiário, a marca promoveu seus softwares para auxiliar o sistema de vigilância do entorno.

“O objetivo da Bosch nessa primeira participação num evento de foco em estádios e locais esportivos é mostrar que a Bosch, através das quatro divisões presentes hoje - Sistemas de Segurança, Automação Industrial, Ferramentas Elétricas e Termotecnologia - possui tecnologia para uma infra-estrutura que movimentará uma copa do mundo. A gente não pode pensar só na construção do estádio”, afirma Carolina Hinz, do marketing corporativo. “A idéia é fugir um pouco da idéia de que Bosch é só ferramentas elétricas e autopeças”, resume.

A Philips, cujos produtos de iluminação foram instalados em 8 dos 12 estádios da Copa do Mundo na Alemanha (2006), em 22 dos 31 estádios dos Jogos Olímpicos de Pequim (2008) e em 6 dos 10 estádios da Copa de 2010, também deu ênfase a soluções com-



A Kodo, fabricante e distribuidora de equipamentos para CFTV, enfatizou as novidades da fabricante Arecount

pletas, tendo criado um novo conceito para melhor vender essa idéia. O conceito "Arena Experience" integra recursos de iluminação, imagem, equipamentos médicos, de voz, dados e entretenimento. Flávio Guimarães, diretor de marketing de outdoor na Europa, Oriente Médio e África, veio ao Brasil dar suporte à disseminação dessa mensagem, que foi transmitida inclusive em palestra, dentro da programação da feira. "É um conceito baseado em iluminação, comunicação digital e mídia, trazendo para o estádio todas as soluções que a Philips tem nas áreas de iluminação, consumer lifestyle e health care", explica Guimarães.

"Na Europa", afirma, "investidores de estádios e clubes perceberam há alguns anos que a maior parte de sua fonte de renda estava ligada à concessão de direito de imagem para a televisão. Até 60% do que um clube recebia era basicamente isso. Hoje, eles perceberam que têm um grande potencial comercial. Nos países onde os clubes são viáveis economicamente, Inglaterra, Alemanha e Espanha, mais de 60% da renda vêm de fontes comerciais. Eles têm duas maneiras de explorar isso: explorando a marca ou o estádio, que é seu maior ativo. Para explorar o estádio, é preciso criar um ambiente onde pessoas queiram ir ao estádio e queiram gastar. A Philips tem todas as soluções para criar essa atmosfera".

Para ajudar a explorar comercialmente os estádios e torná-los ambientes atrativos mesmo em dias sem jogos no gramado, a proposta inclui sistemas de digital signage utilizando painéis LED da Philips para comunicação dentro e fora dos estádios. "Estamos fazendo parcerias com empresas de mídia para ativar o estádio não só para as pessoas que estão chegando com ingresso, mas para as que estão fora, para você gerar seu conteúdo de mídia e poder transmiti-lo", sugere Guimarães.

Fabricantes com um portfólio de tamanha amplitude precisam enfrentar, entretanto, as atratividade de produtos e soluções de empresas especializadas, também presentes na feira. A Kodo, fabricante e distribuidora de equipamentos para CFTV, por exemplo, enfatizava as novidades da fabricante Arecount. A nova linha de câmeras de alta resolução da marca permite visualização de imagens em 180° ou 360° com uma única câmera IP, que pode substituir até 24 câmeras analógicas.

CONTROLE DE ACESSO

Um novo conceito de cancela era a proposta apresentada pela Magnetic Autocontrol em seu estande. Lá, havia um protótipo de cancela mais rápida e flexível, capaz de liberar o acesso em 0.4 segundos. Atualmente, os modelos da marca



Ramon Venezuela, Victor Venancio, Adriana Lerner e Eduardo Ferraro formaram a equipe da Tyco no evento



Virgilio Cesar Silva, gerente comercial da Magnetic Autocontrol, demonstra o bloqueio com vidro deslizante



Wagner Antonio de Oliveira, gerente comercial da divisão de segurança da Wolpac

liberam em 0.6 segundos. Outro produto exposto no estande foi o bloqueio com vidro deslizante. É esse o produto que o Metrô de São Paulo está instalando em todas as novas estações das linhas 2 e 4, totalizando 270 bloqueios.

Já a Wolpac, fornecedora de sistemas de controle de acesso, deu destaque à linha de equipamento Slim High-Flow, uma catraca de gabinete desenvolvida para transporte de massa, e ao Woltor Evolution, torniquete para aplicação de alto fluxo que exija elevado nível de segurança contra fraudes.

Uma das novidades da Wolpac era o TGH, equipamento para controle de acesso pedestre especialmente destinado a estações de metrô e trens. Em exibição, havia, ainda, a BLG 76,

cancela dotada de um gradil que permite o total fechamento ao acesso de veículos e pedestres. Ambos são desenvolvidos e fabricados pela Automatic Systems.

A brasileira BR Barrier, fabricante de equipamentos eletromecânicos para controle de acesso presente em mais de 600 pistas de pedágio no país, apresentou cancelas de alto fluxo para estacionamento e pedágio. Um dos destaques era a cancela monofásica com tempo de abertura de 2,5 segundos.

A Tyco, que atua nas áreas de healthcare, controle de acesso, segurança, telecomunicações e eletrônicos, apresentou o software de controle de tráfego para rodovias Meridian. ■