17/04/2012 - Alto volume de negócios concretizados na PlastShow 2012 confirma aquecimento da Indústria do Plástico

Expositores prevêem que a renovação do parque fabril brasileiro estimule crescimento entre 10% e 30% do faturamento das empresas neste ano

Entre os dias 10 e 13 de abril, a cidade de São Paulo sediou a 6ª edição da PlastShow. Realizado a cada dois anos desde 2002 pela Aranda Eventos, a feira e o congresso reuniram tendências e novidades para a cadeia que, segundo estudo realizado pela Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), mantém-se como o terceiro maior setor empregador industrial do Brasil: foram 357 mil empregados em 2011 contra 347 mil em 2010, um crescimento de 3%. Apenas no Estado de São Paulo, o setor é o segundo maior empregador industrial e fechou o ano passado com cerca de 190 mil trabalhadores.
Segundo a gerente geral da Aranda Eventos, Mônica Carpenter, a edição 2012 da PlastShow ultrapassou os 10 mil visitantes, superando a marca de 2010 em 25%. “A exposição também cresceu. “Tivemos 200 empresas e foram ocupados 14 mil m² no Pavilhão Azul do Expo Center Norte, um espaço 15 % maior do que a feira anterior”, conta a executiva.
Pelos corredores da PlastShow 2012, a percepção geral foi de que o mercado está otimista, mesmo diante das oscilações cambiais e da crescente concorrência internacional, perceptível pela maior presença das empresas chinesas nesta edição da feira - cerca de 30 instaladas em um pavilhão exclusivo, além das companhias nacionais que representam as fabricantes de máquinas, moldes e resinas da China.
Os expositores afirmam que os visitantes da PlastShow 2012 vieram dispostos a concluir negócios. Segundo a diretora da Steelmach Brasil, Melissa Cosali, “em quatro dias de feira, a empresa comercializou doze equipamentos”. Em sua segunda participação, o motivador da presença da empresa é a qualidade do público. “Cerca de 40% dos visitantes em nosso estande nesta edição são novos potenciais clientes. Certamente, as vendas ao longo e decorrentes do evento contribuirão para a meta de crescimento em 2012, que é de 30%”, afirma.
Para a Fobrasa, empresa que fez sua primeira participação na PlastShow, o objetivo de se apresentar ao mercado foi atingido e os resultados superaram as expectativas. “A qualidade do público visitante foi excelente”, afirma o gerente comercial Mário Bonando. “Em razão da competitividade e da qualidade exigida pelos clientes, existe grande expectativa e necessidade de renovação do parque fabril brasileiro, que se encontra com aproximadamente 60% do maquinário obsoleto. Ao longo da PlastShow concretizamos negócios da ordem de R$ 2,5 milhões e abrimos 45 outras negociações para aquisições de máquinas”, comemora o executivo.
Presente há cinco edições, a Meggaplástico também concretizou negócios na PlastShow 2012. O diretor comercial, Arilson Brisolla, projeta que até o final do evento tenham sido concretizadas vendas em torno de R$ 6 milhões. “Há perspectivas de outros 15 contratos decorrentes das negociações realizadas na exposição”, adianta Brisolla.
A Star Seiki é um expositor presente na PlastShow pela 4ª vez, sendo duas por meio de participação indireta e as duas últimas com o seu espaço próprio. Para o vendedor técnico Mário Morioka, a exposição é uma oportunidade para difundir a área de automação e impacta

positivamente nos resultados da companhia. “Acreditamos que até 5% do faturamento tenha origem nos contatos realizados no evento”. Apesar de um início de ano menos movimentando na visão de Morioka, a empresa engrossa a percepção de reação do setor à crise e espera crescer cerca de 10% em 2012.

Participante desde a 1ª edição do evento, a Braxfixo do Brasil também realizou negócios na PlastShow. Segundo o vendedor técnico, Moisés Macedo, até o terceiro dia já tinham sido concretizadas vendas e foram captados 200 novos contatos. “Com as vendas que pretendemos realizar a partir dos leads do evento, acreditamos em um crescimento de 20% nos resultados comerciais deste ano”, afirma Macedo.

Outra participante desde a primeira edição, a Wittman conseguiu concluir negócios que já estavam encaminhados e abrir novas negociações. Segundo o gerente de vendas. Daniel Izu, a feira é sempre um acelerador do aceite de propostas e, nesta edição, possibilitou ainda abrir outros 15 novos projetos. “A qualificação dos visitantes foi muito boa. Temos a expectativa de dobrar o faturamento da empresa ao final deste exercício, contando em grande parte com estes leads da PlastShow2012”, afirma.

A Compostos do Brasil participou da PlastShow pela terceira vez. Segundo o diretor comercial, Nilton Antonio Bueno Jr., foram realizados cerca de 80 novos contatos que podem contribuir para um resultado 40% superior em vendas ainda em 2012. “Comparado aos resultados da companhia em 2011, nossa expectativa é obter um crescimento de 20%”, antecipa.

Outra tradicional participante da PlastShow, a Hagane Facas realizou cerca de 150 novos contatos ao longo dos quatro dias do evento. Para o gerente de vendas, José Luis Borges, o momento do mercado também é de reaquecimento, pois o número de contratos tem crescido. “A expectativa de crescimento da empresa em 2012 é de 12%, motivada pelos leads da PlastShow e também pela nossa busca por novos mercados”, explica.

Para Roberto Melo, gerente da Haitian, empresa que participou de todas as edições da PlastShow, o volume de negócios da edição 2012 igualou-se ao de 2010, porém, 50% são de novos clientes. “Possivelmente, esse ano será de renovação das máquinas que estão no mercado, pois muitas não estão em conformidade com normas de segurança”. Segundo o executivo, a Haitian expandiu a capacidade de produção para 3 mil máquinas por mês para atender à demanda mundial. “No Brasil o foco é crescer e se solidificar como um equipamento seguro, especialmente”, destaca Melo.

A Unic Brasil comercializou três máquinas e deve faturar cerca de US$ 2 milhões em decorrência de negócios realizados na PlastShow 2012. “Nossa visão é de que a presença no evento é importante para fortalecer a marca e expandir a carteira de clientes. Neste sentido, as expectativas foram superadas em 2012, porque 70% dos contatos realizados foram de novos leads”, conta a coordenadora de Marketing, Márcia Macedo. Até o final de 2012, a empresa espera obter faturamento de 15% a 20% superior ao ano passado.

A próxima edição da PlastShow está prevista para acontecer em 2014. Mais detalhes sobre datas, local e condições de participação na exposição e congresso dirigidos à cadeia de transformação do plástico podem ser obtidos com a Aranda Eventos pelo telefone (11) 3824-5300. Em breve, as informações estarão disponíveis também pelo site www.arandanet.com.br