



Abertura oficial do evento



EBRATS
ENCONTRO E EXPOSIÇÃO BRASILEIRA
DE TRATAMENTOS DE SUPERFÍCIE

RETROSPECTIVA EBRATS 2022

Uma análise do evento
feita pelas empresas
participantes

por Ana Carolina Coutinho

Entre 14 e 17 de setembro, em São Paulo, SP, ocorreu o Encontro Brasileiro de Tratamentos de Superfície, EBRATS, evento bastante aguardado após o hiato causado pela Covid-19. As expectativas em torno da feira giravam entre otimismo e curiosidade para saber se a esperança de um retorno com muitos negócios, *networking* e lançamentos iria se confirmar. Ocorrida juntamente com a Fesqua, feira de esquadrias, cerca de 40 empresas do setor expuseram seus produtos. ***“O evento foi um sucesso, o movimento dos visitantes foi acima do esperado”***, disse o diretor da Hook Gancheiras, Rafael Pechi.

Segundo a organização, em torno 45 mil visitantes estiveram no São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, prestigiando ambas as feiras. Para muitas empresas, a conjugação com a feira de esquadrias é um ponto certo para gerar novos





negócios. *“A feira acaba por colocar em evidência as empresas que estão buscando a melhoria contínua e, no mundo competitivo e global, é de muita importância essa exposição e possibilidade de ‘corpo a corpo’ com os clientes e parceiros. Sem dúvidas, o fato da parceria junto à Fesqua potencializa o volume de negócios, fundamentalmente no momento onde o setor de tratamento de superfície em ligas de alumínio está cada vez mais relevante no mercado”*, destaca o diretor da Deltec Equipamentos Industriais, Marlon Griesang. Contudo, não tal visão não é unânime. Para o gerente de negócios da Atotech do Brasil, Maurício Furukawa Bombonati, por exemplo, um outro segmento seria mais adequado: *“Acredito que seja um consenso que o EBRATS, nas próximas edições, deverá ocorrer conjugado a uma outra feira, colocado isso como fato, voto por buscarmos um evento que tenha mais sinergia com o nosso negócio, como dentro da cadeia automotiva (autopeças,*

elementos de fixação...)]”, explica. O gerente comercial da Niquelfer, Caio Camargo, concorda: *“Em termos de número, sinceramente, esperava mais visitantes voltados para o mercado de galvanoplastia. Como dividimos o espaço com a Fesqua, a maioria dos visitantes no nosso estande era*



do ramo de alumínio”, ponderou e destacou que, no aspecto geral, a participação da empresa foi positiva: *“Acreditamos no potencial do nosso mercado, tanto que a Niquelfer voltará a participar da feira”*. De mesma opinião, é o gerente comercial da Caplugs, Rafael Motta Lage: *“Apenas 40 expositores é um número pequeno para um evento do porte do EBRATS. Para a próxima edição seria importante mais empresas do segmento expondo os seus produtos para tornar a feira ainda mais atrativa”*, afirmou.

UNANIMIDADE

Um consenso entre os entrevistados foi a geração de novos leads. *“Durante todo o evento, fomos procurados por mais de 150 novos clientes, principalmente de outros estados e, com isso, conseguimos uma abrangência nacional muito importante”*, contou o diretor da Gotaquímica, Junior Gotardo. Na Caplugs, a conta também foi ex-



Gotaquímica: *“Fomos procurados por mais de 150 novos clientes”*

pressiva: *“Mais de 100 empresas com potencial passaram pelo nosso estande e estamos trabalhando desde então para fechar negócios. O número de leads foi acima do esperado e a expectativa é de fecharmos bons negócios”*, disse Lage. Na AZS Soluções e Tecnologia não foi diferente: *“O EBRATS 2022 foi um marco. 80% dos contatos na feira geraram projetos que estão em andamento, alguns já foram fechados na própria semana da feira”*, disse, inclusive, como consequência do evento, a AZS já consolidou uma parceria comercial na região Nordeste do país.

Quem também firmou acordos comerciais foi a IGTEC do Brasil. A feira *“foi bastante efetiva em termos de negócios”*, asseverou o gerente geral da companhia, Tiago Monteiro. Vale frisar que, apesar de a maioria das com-

panhias ouvidas pela Revista TS não revelarem os seus números exatos, muitas empresas conseguiram vendas efetivas no próprio ‘chão’ do EBRATS. *“Durante o evento a Mega obteve um número de negócios muito positivo, vendendo quatro equipamentos nos primeiros dois dias de feira”*, informou o gestor comercial, Henrique Zardo. O mesmo ocorreu com a Fischer: *“Os números são confidenciais, mas podemos confirmar que foram vendidos dezenas de medidores de camada portátil e mais de três equipamen-*



Fischer: *“Foram vendidos dezenas de medidores de camada portátil e mais de três equipamentos de Raios-X durante a feira”*

tos de Raios-X durante a feira, sem contar os diversos projetos que estão sendo conduzidos pela equipe comercial”, informou o Chief Operational Officer, COO, da companhia no Brasil, Danilo Bittar. **“O EBRATS se mostrou, como sempre, uma excelente feira para nós como fornecedores de equipamentos para o controle do processo ou controle de qualidade no segmento de tratamento de superfície”**, acrescentou.

Para a Deltec, a feira também propiciou negócios *in loco*: **“Foram 03 fechamentos de projetos e mais de 80 leads altamente qualificados que iniciaram ou irão iniciar estudos de projetos na área de tratamento de superfície e pintura”**, destacou o diretor, Griesang.

Importa dizer que muitas empresas também utilizaram o EBRATS para consolidar suas marcas no mercado, caso da Tratho Metal Química, por exemplo. **“O EBRATS nos proporcionou consolidar posições**



Deltec: “Foram 3 fechamentos de projetos e mais de 80 leads altamente qualificados”

de fornecimento bem significativas. Ter a oportunidade de retomar fornecimento em contas que estavam inativas, discutir ampliação de fornecimento de mais produtos no mesmo cliente, firmar bases de negociação para novos contratos, foram bem frequentes nos dias de feira. Ambiente ímpar para estas ações”, destacou o diretor, Marcelo Rica.

PRÓXIMA EDIÇÃO

As empresas também discutiram sobre alguns pontos que podem ser revistos pelos organizadores, como o da identidade visual mais pontual, com uma comunicação mais clara, distinguindo melhor os dois eventos. **“A separação e identidade visual das duas feiras poderiam ser melhores tra-**

balhadas, guiando o visitante de forma mais assertiva, bem como promovendo maior intercâmbio de negócios entre os próprios expositores”, aconselha Gotardo, da Gotaquímica. Ainda em comunicação visual, **“a identificação das ruas e dos stands na própria rua também, pois os números estavam somente na parte superior do pavilhão e, como já estamos habituados com outras feiras a procurar dessa forma, seria um ‘A’ ‘mais’ na hora de buscarmos pelas marcas expositoras”**, sugere Griesang, da Deltec.



IGTEC: feira “bastante efetiva em termos de negócios”



A parte dos cursos e palestras também foi lembrada. *“Além disso, a programação dos cursos disponibilizados aos participantes deve ser divulgada com maior antecedência, permitindo aos visitantes organizar suas agendas de forma a acessar as palestras de maior interesse para seus negócios”*, destacou o executivo da Atotech do Brasil, Maurício F. Bombonati. Sua opinião foi reforçada pelo COO da Fischer do Brasil, Danilo Bittar: *“Talvez a divulgação poderia ser aperfeiçoada”*. Nesse sentido, os entrevistados ainda reforçaram a importância da divulgação para o sucesso do evento, nacional e internacionalmente. *“Achei que tivemos poucos visitantes estrangeiros, principalmente da América Latina; o mercado argentino, chileno, paraguaio são mercados que compram muito do Brasil, talvez tenha faltado um pouco de divulgação fora do país”*, afirmou Lucas Polesso, da AZS Soluções e Tecnologia. Bittar acrescentou: *“Notamos que alguns clientes, sobretudo os de fora de São Paulo, não tinham certeza sobre se o evento ocorreria ou não, talvez pelos últimos cancelamentos da pandemia. No mais, entendemos que o evento foi muito proveitoso e bem organizado”*, concluiu.

No computo geral, o EBRATS foi um grande sucesso entre participantes e visitantes, coroando uma nova fase para a economia com o fim das restrições da Covid e, principalmente, uma nova fase para o setor que, como se viu, está aquecido e em pleno gozo de seu potencial. 🟩



Henrique Zardo: *“A Mega obteve um número de negócios muito positivo, vendendo quatro equipamentos nos primeiros dois dias de feira”*



Atotech: *“O mercado Argentino, Chileno, Paraguai são mercados que compram muito do Brasil”*



Tratho: *“O EBRATS nos proporcionou consolidar posições de fornecimento bem significativas”*