

## Expositores fazem avaliação positiva da Feimec

A Feimec 2016 deixou boa impressão entre expositores e visitantes que estiveram no São Paulo Expo (antigo Centro de Exposições Imigrantes) de 3 a 7 de maio. As instalações modernas, o ambiente climatizado, o piso adequado, o número de vagas no estacionamento. O número de visitantes talvez tenha frustrado os expositores mais otimistas.

“É preciso cuidado para não confundir a feira com o momento econômico”, lembrou João Carlos Visetti, presidente da Trumpf do Brasil, um dos expositores do evento e que também estará na Feira da Mecânica na próxima semana, no Anhembi. “As pessoas não estão saindo das empresas, que estão operando no modo contenção de despesas”.

Por outro lado, destacou que “quem veio, veio com algum objetivo”. Segundo Visetti, a Trumpf está satisfeita com a feira, “realizada num local excelente e bem organizada”. O executivo disse que “o principal objetivo da empresa na feira, num momento econômico como este, era o de demonstrar que continua acreditando no Brasil, que tem estrutura e saúde e que irá continuar no mercado brasileiro”.

Já a Heller se disse surpresa com a qualidade e o interesse dos visitantes. Logo no primeiro dia de evento, recebeu quatro visitas importantes, duas do setor aeroespacial e duas do setor automotivo, com grandes possibilidades de gerarem negócios futuros. “São grandes empresas, líderes em seus setores, e estamos com visitas já agendadas”, disse Alfredo Griesinger, diretor da Heller Brasil.

“A Romi tomou a decisão técnica correta ao optar pela Feimec”, afirmou Luiz Cassiano Rosolen, presidente da empresa. O executivo elogiou o projeto do pavilhão, o ambiente da feira e contou que os clientes compareceram (a Romi distribuiu mais de 4 mil credenciais aos seus clientes). E se disse surpreso com o volume de negócios no evento, semelhante ao da Feimafe 2015, com os clientes trazendo muitas oportunidades, muitas delas projetos que estavam engavetados. “Percebemos um ânimo maior nos clientes”, observou.

A fabricante de máquinas Liebherr também avaliou positivamente o evento. “A feira teve um público mais selecionado, mais direcionado. A maioria dos nossos clientes esteve aqui”, comentaram Jefferson Hernandez, supervisor de Vendas, e Felipe Abud, engenheiro de Vendas. Os especialistas, porém, dizem ter notado poucas visitas de empresas e profissionais de outros Estados.

Caetano Paiva, gerente de Vendas da MCS Kollmorgen, considerou a feira muito positiva, apesar do mercado recessivo. “Ficamos bem-impressionados com a feira. Tudo o que nos foi prometido pelos organizadores, como pavilhão, acesso e montagem foi cumprido”, afirmou. Para atrair público ao estande, a empresa levou à feira o Motion Sphere, simulador de fórmula 1, desenvolvido por um cliente da MCS Kollmorgen, de Curitiba. “Foi um sucesso. Ao contrário do que chegamos a pensar, o simulador trouxe muitas visitas qualificadas ao estande”,

“Foi uma aposta que nos surpreendeu positivamente”, afirmou Marcelo Domichilli, gerente de marketing da Tyrolit. Ele conta que a princípio a empresa chegou a ficar em dúvida pelo fato de a feira não contar com seus concorrentes do setor de abrasivos, o que ao final acabou sendo uma vantagem, já que não precisou dividir atenção com ninguém. “Apesar da pouca movimentação no estande, os visitantes eram qualificados, gente que trabalha com nossos produtos. Fizemos contatos novos, além do esperado”.

[WWW.USINAGEM-BRASIL.COM.BR](http://WWW.USINAGEM-BRASIL.COM.BR) (08/05/2016)