



EDITORA

Márcia Fani (Mtb 19.876)

editora@insumos.com.br

COORDENADORA

Luciana Gottsfritz

luciana@insumos.com.br

GERENTE DE NEGÓCIOS

Tatiane Torales Lemos

tatiane@insumos.com.br

DEPARTAMENTO FINANCEIRO

Marilena Santana Santos

financeiro@insumos.com.br

DEPARTAMENTO DE ASSINATURAS

assinaturas@insumos.com.br

ATENDIMENTO

atendimento@insumos.com.br

ARTE & DIAGRAMAÇÃO

Jeferson Giacomo

jeferson@insumos.com.br

DIRETOR COMERCIAL

Jean-Pierre Wankenne

jean-pierre@insumos.com.br

CEO & FUNDADOR

Michel A. Wankenne, MBA

wankenne@insumos.com.br

EDITORIA
insumos

Editora Insumos Ltda.

Av. Sargento Geraldo Santana, 567 - 1º

04674-225 - São paulo, SP

Tel.: (11) 5524-6931

Fax: (11) 5685-5558

Filiado a

anatec
www.anatec.org.br



A realização de um prêmio, envolvendo dezenas de produtos e centenas de empresas, não é uma tarefa simples. Como em todo e qualquer empreendimento, o primeiro passo é sempre o mais difícil.

Felizmente, a nossa empresa conta com profissionais que já traziam de experiências passadas um amplo conhecimento na organização de prêmios desse tipo. Essa experiência contribuiu de forma decisiva na elaboração dessa primeira edição do Prêmio BIS - Best Ingredients Suppliers.

O ano de 2015 foi atípico - como sempre! - e nossa economia bastante conturbada por uma série de atos políticos para os quais é difícil encontrar adjetivos qualificativos a altura... por tão baixa que seja a mesma! Assim, a premiação final, que deveria ter ocorrido por ocasião de um grande jantar festivo, com apresentador oficial, show musical e participação de autoridades, de preferência não políticas para manter o nível do evento, teve que ser, por motivo orçamentário que afetou tanto os ganhadores quanto os organizadores, reduzida a publicação de uma edição especial.

No próximo ano, o prêmio será realizado novamente e, se a conjuntura econômica assim o permitir e não ocorrer mais mega falcatruas em nosso contexto político-econômico, tentaremos organizar um evento a altura dos participantes envolvidos nessa premiação.

Uma das dificuldades encontradas na parte operacional desse prêmio foi a tabulação de respostas. Infelizmente, encontrou-se, as vezes, uma significativa inconsistência entre a realidade e as respostas fornecidas nos 2.551 questionários recebidos. Muitos compradores simplesmente confundem fabricantes e distribuidores. Claro, alguns distribuidores fazem questão de semear essa confusão, declarando produzir ingredientes que eles compram a granel, pesam e embalam. Nas listagens também apareceram muitas empresas chinesas e indianas. Tentamos separar o joio do trigo, sem jamais prejudicar empresas de nome reconhecidamente global. Acreditamos ter conseguido esse objetivo.

Em alguns casos não foi possível encontrar um terceiro colocado em determinadas categorias. Estranho, não é? É que nesses casos específicos, aparece uma grande quantidade de pequenas empresas, como já mencionamos, principalmente chinesas e indianas, sem nenhuma real projeção no mercado global.

Em alguns casos, e principalmente para as empresas diretamente envolvidas, os resultados poderão, as vezes, parecer surpreendentes, mas são a mera expressão de um sentimento

de mercado. Não se pode esquecer que vários fatores exógenos podem intervir na hora do preenchimento de um questionário, tais como uma recente exposição a alguma propaganda, uma experiência infeliz, como um simples atraso de fornecimento ou uma mercadoria não conforme, em suma, os questionários foram preenchidos por seres humanos, os quais sofrem, naturalmente, várias influências. Mas o conjunto da obra pode ser considerado como o real reflexo da realidade do mercado, o que, em suma, era o resultado desejado.

Ganhar o prêmio é o reconhecimento, pelo mercado, de um trabalho de qualidade e de uma posição de destaque no mercado de fornecimento de ingredientes alimentícios. Esse posicionamento pode ser divulgado mediante o uso de um selo, cujos direitos de uso são cedidos pela Editora Insumos para cada ganhador até a próxima edição do prêmio. Não percam essa oportunidade ímpar de mostrar para o mercado esse merecido reconhecimento. As pessoas, geralmente, gostam de prestigiar vencedores.

Bons negócios!



Michel A. Wankenne