



## EDITORA

Márcia Fani (Mtb 19.876)

[editora@insumos.com.br](mailto:editora@insumos.com.br)

## COORDENADORA

Luciana Gottsfritz

[luciana@insumos.com.br](mailto:luciana@insumos.com.br)

## DEPARTAMENTO FINANCEIRO

Marilena Santana Santos

[financeiro@insumos.com.br](mailto:financeiro@insumos.com.br)

## DEPARTAMENTO DE ASSINATURAS

[assinaturas@insumos.com.br](mailto:assinaturas@insumos.com.br)

## ATENDIMENTO

[atendimento@insumos.com.br](mailto:atendimento@insumos.com.br)

## ARTE &amp; DIAGRAMAÇÃO

Jeferson Giacomo

[jeferson@insumos.com.br](mailto:jeferson@insumos.com.br)

## DIRETOR COMERCIAL

Jean-Pierre Wankenke

[jean-pierre@insumos.com.br](mailto:jean-pierre@insumos.com.br)

## CEO &amp; FUNDADOR

Michel A. Wankenke, MBA

[wankenke@insumos.com.br](mailto:wankenke@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



# PRÊMIO BIS

## Uma referência no setor!

O Prêmio BIS tornou-se, incontestavelmente, referência no setor. Neste ano, já em sua terceira edição, o Prêmio BIS contou com o

valioso apoio da WellFood Ingredientes Summit, evento organizado pela experiente e conceituada Koelnmesse, organizadora da mundialmente famosa Anuga. É graças a esse apoio que conseguimos promover a primeira entrega oficial do Prêmio BIS, com evento paralelo à WellFood.

Como sempre, uma das maiores dificuldades encontradas na parte operacional deste Prêmio foi a tabulação das respostas. Infelizmente, encontrou-se, as vezes, uma significativa inconsistência entre a realidade e as respostas fornecidas nos 3.815 questionários recebidos. Muitos compradores simplesmente confundem fabricantes e distribuidores. Claro, alguns distribuidores fazem questão de semear essa confusão, declarando produzir ingredientes que 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 apareceram uma grande quantidade de pequenas empresas, como já mencionamos, principalmente chinesas e indianas, sem nenhuma real projeção no mercado global.

As vezes, e principalmente para as empresas diretamente envolvidas, os resultados poderão parecer surpreendentes, mas são a mera expressão de um sentimento de mercado.

Não nos esqueçamos 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; enfim, 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 BIS é o reconhecimento, pelo setor, de um trabalho de qualidade e de uma posição de destaque no mercado de fornecimento de ingredientes alimentícios. Para as empresas premiadas, ou seja, aquelas que os executivos do setor elegeram, os resultados são imediatos. É óbvio que ser considerado como um dos três melhores fornecedores de um determinado tipo de produto é o reconhecimento máximo que pode ser associado ao nome de uma empresa, com reflexo imediato em suas vendas. Todo mundo prefere se abastecer em uma empresa referência do setor, reconhecidamente confiável e com produtos de qualidade. É fato! Cabe aos ganhadores capitalizar essa imagem, utilizando o selo o máximo possível para mostrar ao mercado, de forma permanente, que ocupam uma posição de destaque no fornecimento de determinados ingredientes, são especialistas reconhecidos pelos utilizadores.

As pessoas, geralmente, gostam de prestigiar vencedores.

Este ano incluímos duas novas categorias: Empresário do Ano e Empresa do Ano. O Empresário do Ano escolhido foi Zacarias Karacristo. Com carreira profissional exemplar, liderou a Danisco com

total sucesso até a sua aquisição pela DuPont. Na época, liderado pelo CEO Ricardo Vellutini, participou junto com Guadalupe Franzosi e John Jansen da definição de planos estratégicos para lidar com a pressão do período de mudança pela qual o Grupo DuPont estava passando. Meus parabéns a Zacarias Karacristo, um parceiro de negócios de longa data!

A Empresa do Ano escolhida foi a Ajinomoto. Mais do que proprietária de grandes marcas líderes de mercado de varejo no Brasil, como Sazón®, Mid® e Vono®, o Grupo Ajinomoto é o maior produtor de aminoácidos do mundo. Tem diversos produtos destinados à indústria alimentícia, entre realçadores de sabor e enzimas, que proporcionam redução de custo, redução de sódio, melhoria da textura e da qualidade de produtos resfriados, lácteos, cárneos, massas, entre outros e favorecem a percepção do 5º gosto. Meus parabéns à Ajinomoto pela bela performance!

Finalmente, na nomeação dos melhores Distribuidores houve empate técnico entre a Química Anastacio e a MasterSense no terceiro lugar. Os primeiro e segundo lugares foram sujeitos a uma disputa acirrada entre duas grandes estrelas do setor, a Vogler e a Tovani Benzaquen. As duas vêm prestando serviços exemplares ao setor desde muito tempo. Meus parabéns ao amigo Otto Vogler e meus sinceros cumprimentos à dama do setor, Emma Tovani.

Bons negócios!



Michel A. Wankenke