



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

EDITORA
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



O Prêmio BIS, uma referência no setor!

Que inicialmente era uma mera ideia, acabou se tornando um sucesso e está passando a ser referência no setor. O Prêmio BIS (Best Ingredients Suppliers) está crescendo e esperamos, em breve, transformá-lo em uma espécie de “Oscar” do setor, com cerimônia de premiação acompanhada de jantar e atrações.

Mais uma vez o ano foi atípico - ou será que deveríamos falar em típico! - e nossa economia bastante conturbada, como sempre por uma série de atos políticos para os quais é difícil encontrar adjetivos qualificativos a altura... por tão baixa que seja a mesma! Os grandes veículos informativos do país continuam a descrever as turpitudes dos nossos políticos e a lista parece não ter fim. Recentemente, tomei a liberdade de escrever à VEJA para ver se não seria possível realizar uma pesquisa e uma bela matéria sobre os políticos que não são corruptos. Deve ser uma empreitada quase impossível! Poucos se salvarão, quem sabe o deputado Francisco Everardo Oliveira Silva seja um deles.

Vocês não conhecem?

É o Tiririca!

Se este for o caso, nas próximas eleições, precisamos ser atentos e votar para trapezistas, malabaristas, prestigíditadores (Ops! Cuidado, estes podem fazer o nosso dinheiro desaparecer!) e outros profissionais do circo.

Como sempre, uma das maiores 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 2.108

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 apareceram 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; 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 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 eles ocupam uma posição de destaque no fornecimento de determinados ingredientes, são especialistas reconhecidos pelos utilizadores.

As pessoas, geralmente, gostam de prestigiar vencedores.

Bons negócios!



Michel A. Wankenne