

O mercado é o único juiz

Setor plástico elege sem interferências os melhores de 2011



Ganhadores da nona edição do PPR: excelência apontada por pesquisa nacional sem pressões ou combinações.

Os prêmios empresariais proliferam feito coelhos no Brasil. Em regra, eles contemplam indústrias finais e canais de vendas. São tantos que, não raro, se banalizam a ponto de tornar-se habitual a incidência de empresas vencedoras sequer aparecerem na entrega de troféus que consideram de pouca importância ou repercussão. Nesse cenário de fartura de homenagens aos melhores do ano, o setor plástico amargava penúria. A explicação é simples. De embalagens a autopeças, o plástico tem a visibilidade pública de um componente intermediário, fora da percepção do grande público. Por exemplo, premia-se a arquitetura de uma edificação, mas não o tubo de PVC que a integra, ou o desempenho de um carro, mas não partes suas como painéis ou para-choques. Foi essa a lacuna que o **Prêmio Plásticos em Revista** começou a fechar nove anos atrás.

Além de banalizar a homenagem, a torrente de troféus empresariais atraiu oportunistas e ardilosos para o ramo. Pululam no mercado, manchando a imagem dessa iniciativa, prêmios dados sem justificativa, vendidos aos ganhadores ou de indicações acertadas por baixo do pano. É um estratagema antiético, cômodo e prático, pois apressa o processo e ninguém em regra questiona o mérito da premiação ou do premiado. Plásticos em Revista decidiu romper com esse modelo adotando um lema de Steve Jobs para a trajetória da Apple: "melhor ser pirata do que entrar para a Marinha". Em suma, melhor viver desgarrado que vegetar no rebanho.

Ao pensar fora dessa caixa, Plásticos em Revista decidiu firmar seu prêmio como fruto da vontade do mercado, excetuadas as categorias "Sustentabilidade e Contribuição para o Setor". O mailing da revista

é o combustível das opiniões colhidas em escala nacional pela Destaque Business Research e chanceladas por outra consultoria independente, a Simonsen Associados. Patrocinador, fornecedor, cliente, anunciante ou entidade alguma tem como influir na eleição dos melhores do setor resultante da pesquisa do mercado. Os respondentes da cadeia do plástico indicam os vencedores e ponto final. Essa isenção e aparente simplicidade explica a longevidade do PPR. É só isso e isso é tudo.

O evento do PPR 2011 foi realizado na noite de 23 de novembro no nobre espaço **La Luna**, na zona sul paulistana. Mais de 400 convidados compareceram à entrega dos troféus, em resposta às indicações de mais de 1.000 pesquisados em todo o país, cobrindo os elos que vão de matérias-primas a artefatos plásticos. Um esforço, assim esperamos, à altura da dedicação e superação dessas empresas e profissionais.

ESPECIAL



TOP PROFESSIONAL

PS/VIDEOLAR



Claudio Rocha, diretor comercial da Videolar, entrega o troféu para Juliani Rosseto Rosa, gerente comercial da empresa.

POLIIOLEFINAS/BRASKEM

Rita Sivinski Cerveira



Mauricio Montoro Groke, presidente da Associação Brasileira de Embalagem (ABRE), entrega o prêmio para Rita Sivinski Cerveira, gerente comercial da Braskem.

VINÍLICOS - PVC/BRASKEM



Marcelo Majoros, gerente comercial da Braskem, recebe o troféu de Miguel Bahiense, presidente da Plastivida.

PLÁSTICOS DE ENGENHARIA/RHODIA



Eduardo Girote, coordenador de assistência técnica e novos negócios da Rhodia, recebe o troféu de Paulo Motta, diretor de marketing e desenvolvimento de negócios para as Américas da empresa.

PET/ M&G



Theresa Moraes, gerente comercial do mercado da América do Sul da M&G, recebe o prêmio de José Veiga Veiga, diretor-presidente da companhia.

ESPECIAL



Renata Porta e Magali Rigo (M&G): fontes renováveis de vibe na balada do prêmio.



Wagner Bordonco (Cabot), Elisabeth Bustamante, José Fernandes e Jaime Utrera (Cromaster): escurecendo concentrados e clareando as idéias.



Daniel Lagares (Styrolution), José Antonio da Cunha (Unigel), Andreas Fleischhauer (Bast), Sandra Suiane (M&G) e Carlos Benedetti (Act-plus): misto quente de PS, PET e masterbatches.



Samuel e Paulina Wajsbrot (Cromex): concentrado de energético funciona.



Fabio Meirelles e Ruben Madoery (Innova) e Alexandrino Alencar (Odebrecht): vasos mais comunicantes do que se imagina.



Cláudio Rocha (Videolar) e Aurélio De Paula (Majestic): descartáveis são ponto em comum entre PS e Corinthians.