

Ourofino Day 2016

Animais de Produção

*Luis Eduardo Grégio
Diretor Comercial*



Análise Externa



Fatores que influenciaram a pecuária em 2016

Custo de produção - insumos

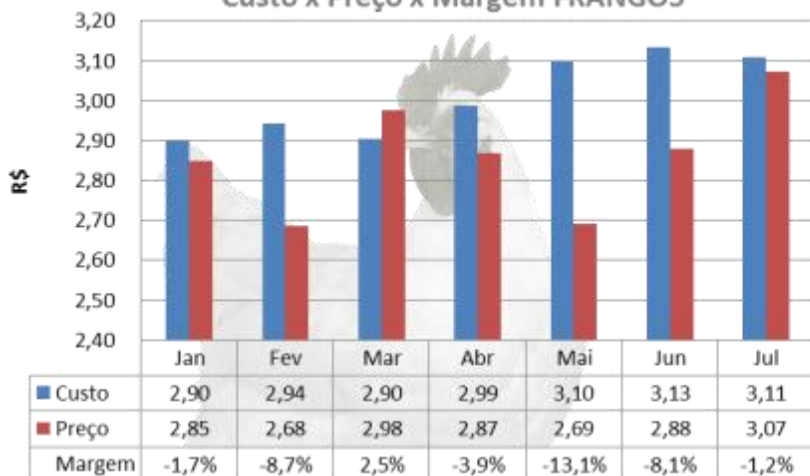
Fonte: Cepea/USP



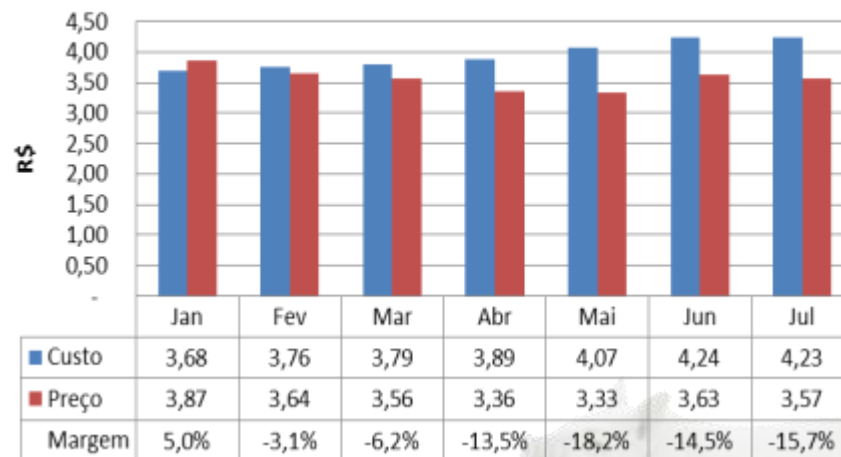
Fatores que influenciaram a pecuária em 2016

Custo de produção - Aves & Suínos com margens negativas *Fonte: EMBRAPA*

Custo x Preço x Margem FRANGOS



Custo x Preço x Margem SUÍNOS



Fatores que influenciaram a pecuária em 2016

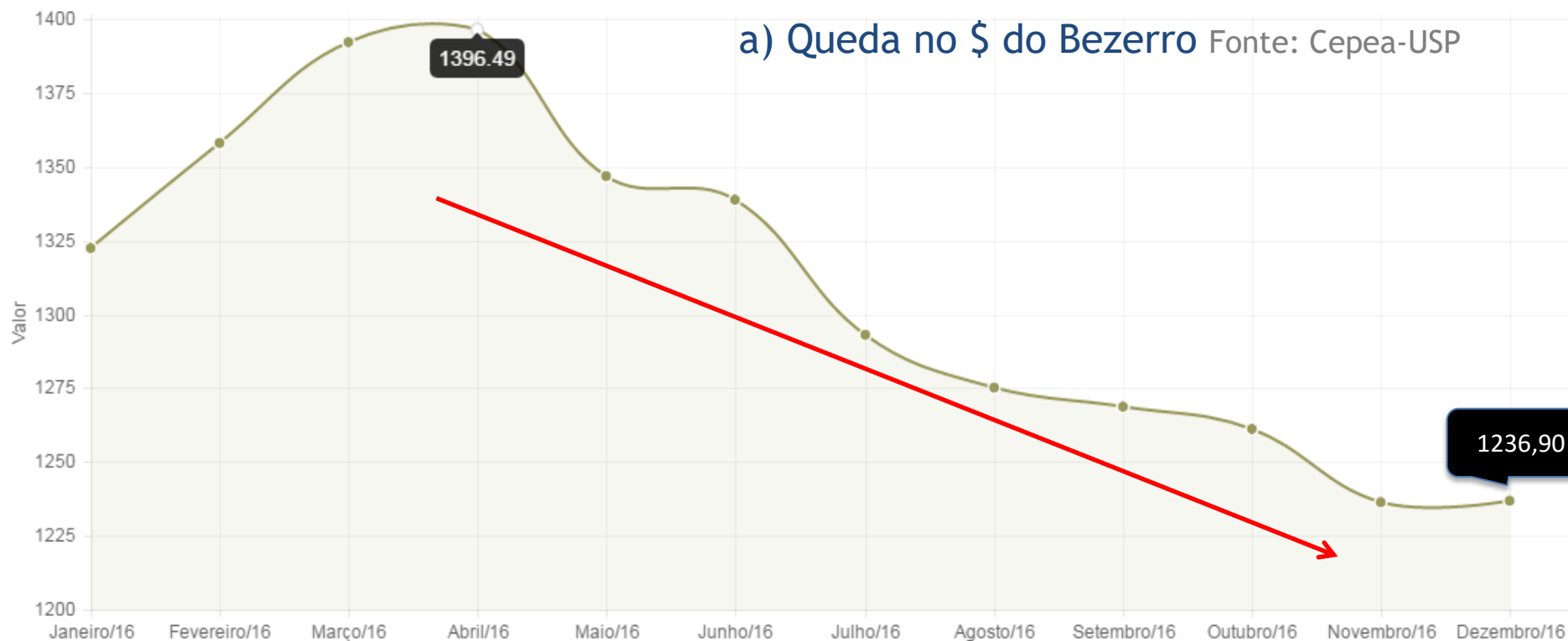
Custo de produção - pecuária de leite Fonte: IPCLeite Embrapa

Tabela 8.1 - Litros de leite para aquisição de ração e ICPLite

	Litros de Leite/ 60 kg de milho	Litros de Leite/ 60 kg de farelo soja	Litros de Leite/ 60 kg mistura*	ICPLite Embrapa**
jun-15	24,04	60,33	34,93	230,13
jul-15	24,43	64,48	36,44	240,40
ago-15	25,27	65,64	37,38	242,16
set-15	29,10	73,11	42,30	248,98
out-15	30,98	79,15	45,43	255,42
nov-15	31,84	78,02	45,70	260,58
dez-15	33,54	74,85	45,93	260,76
jan-16	39,14	78,99	51,10	272,69
fev-16	39,19	76,83	50,48	277,31
mar-16	41,73	59,78	47,15	268,48
abr-16	40,41	55,02	44,79	271,42
mai-16	40,68	62,59	47,25	275,20
jun-16	36,74	71,07	47,04	283,91

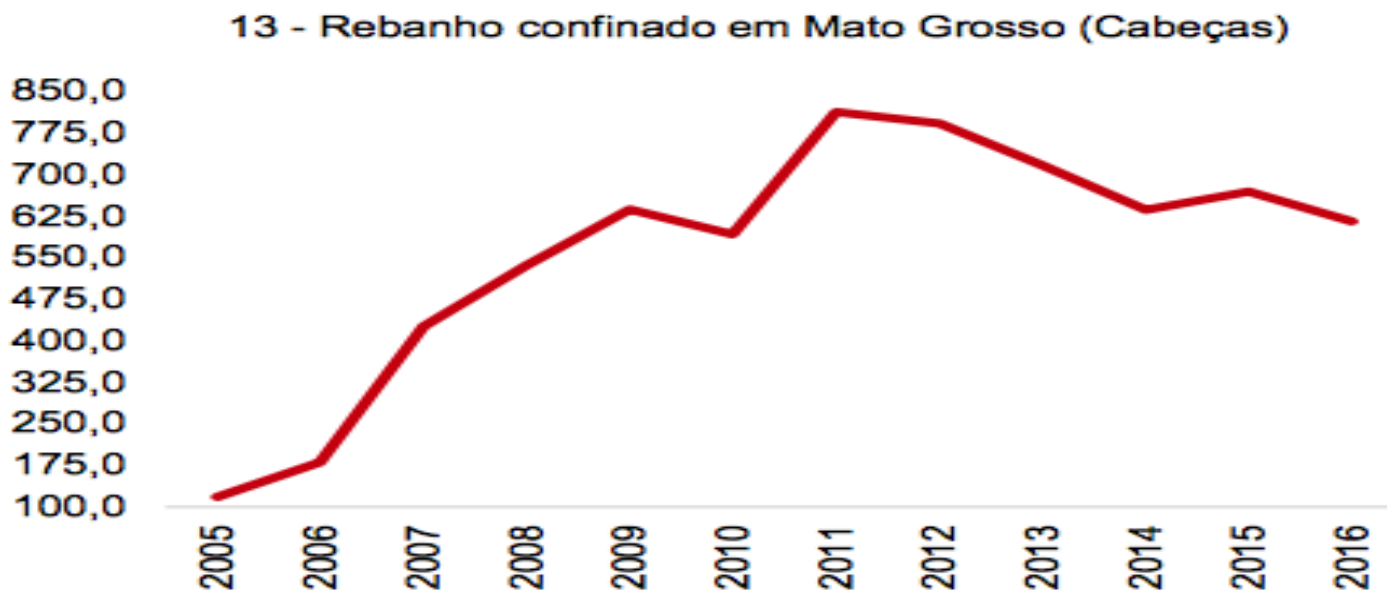
35%

Fatores que influenciaram a pecuária em 2016



Fatores que influenciaram a pecuária em 2016

b) Queda no n° animais confinados Fonte: IMEA



Crise brasileira impactou as vendas agropecuárias

Impacto nas Revendas Agropecuárias (Clientes OF)



Análise de Mercado

- Indústria veterinária com a menor taxa de evolução dos últimos anos
- Queda de preços principalmente em vacina anti-aftosa
- Perda de preço e volume mercado de Aves e Suínos



Análise de Mercado

- ✓ Fusões com impacto também em empresas nacionais



Juntos, além da Saúde Animal

HERTAPE
saúde e bem-estar animal



Análise Interna

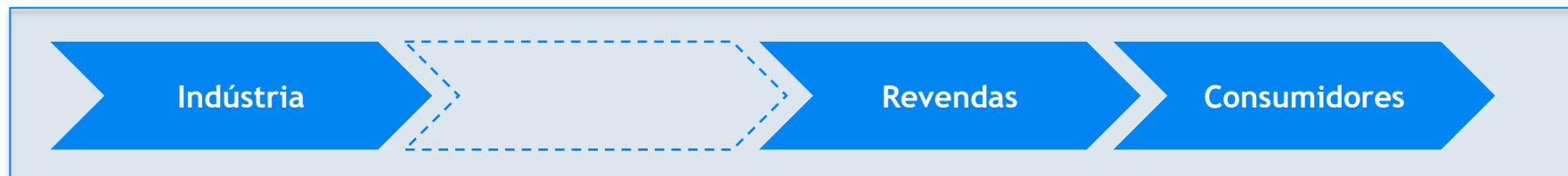


Análise Interna

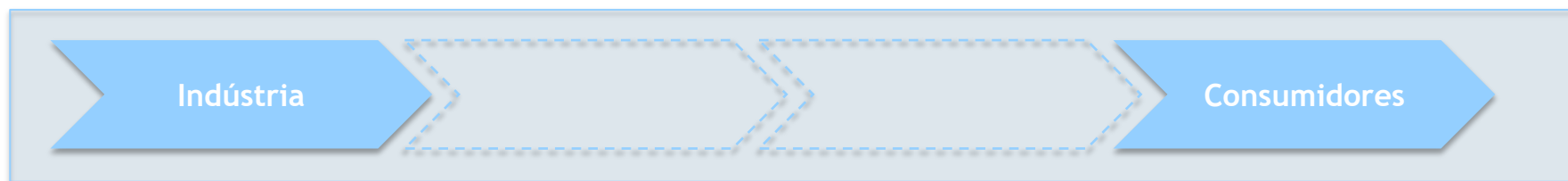
Distribuição Pura (Concorrência)



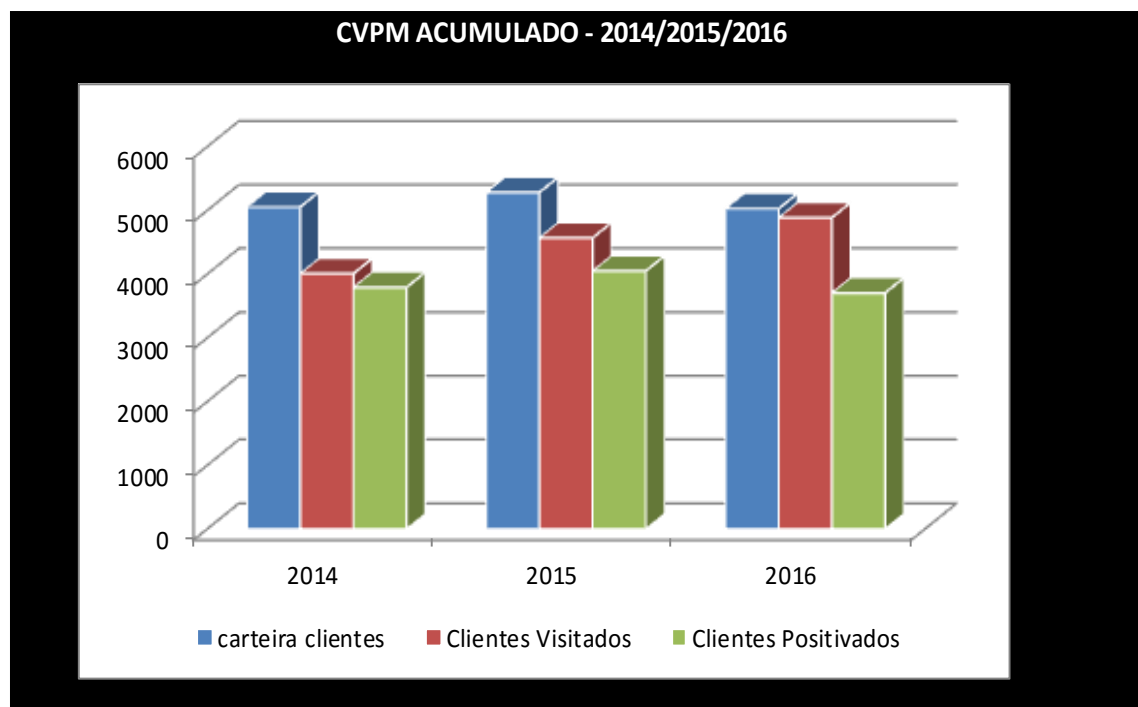
Distribuição Via Revenda (Ourofino)



Venda Direta



Carteira de Clientes e Positivação (2014 x 2015 x 2016)



Análise Interna



Estratégia



10 Ações

1 - Adequação de Canais de Venda

Política segmentada em linhas de produtos



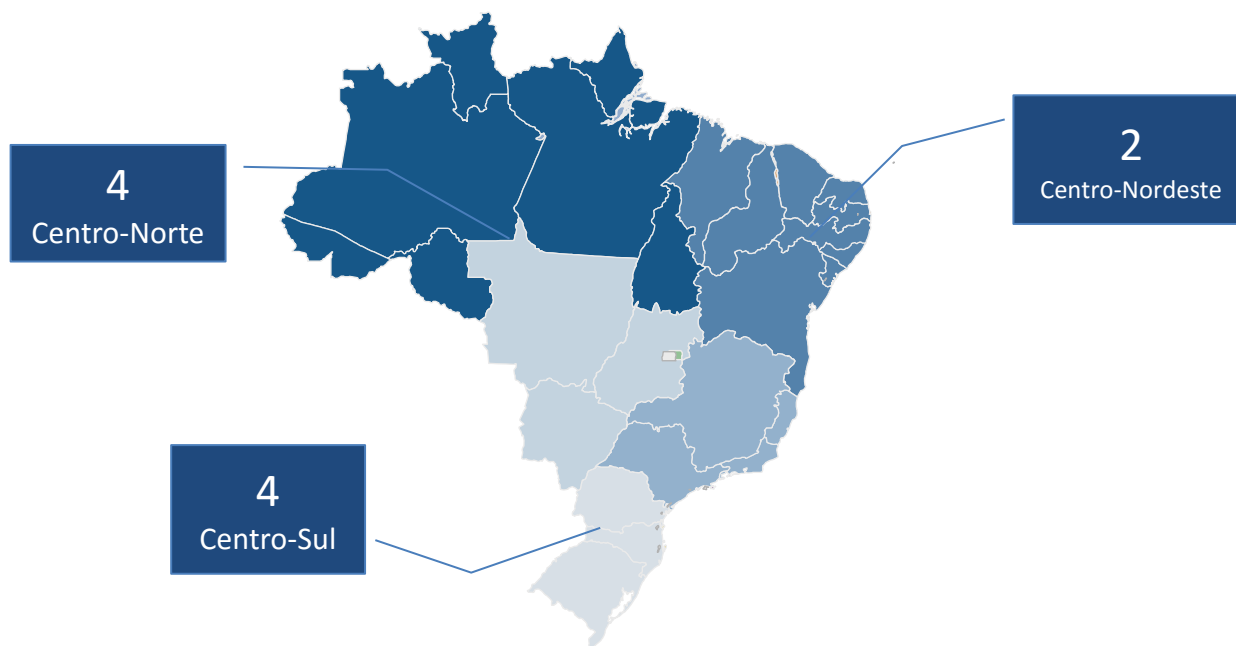
Política segmentada por canal de vendas



2 - Otimização da Equipe Comercial

- Redução do nº de gestores (Gerentes/Coordenadores)
- Readequação do nº de CTs
- Alinhamento da equipe - Rentabilidade X Produtividade

3 - Aumento de territórios



4 - Política Comercial

Reposicionamento de alguns produtos



Nova parametrização de descontos com redução de bonificações



Remodelagem de campanhas



Readequação da estrutura de gestão da verba de marketing

5 - Política de Comissionamento

Objetivos:

- › Otimizar o cumprimento do orçamento de margem bruta % e nominal da empresa
- › Garantir o cumprimento da política de preços
- › Estimular o representante a reter descontos
- › Flexibilizar a comercialização por parte do representante aumentando o poder de negociação



6 - Política de Remuneração

- Restruturação do modelo de pagamento de variáveis para os demais colaboradores da equipe comercial (gerentes executivos, gerentes regionais e consultores técnicos)



6 - Política de “Bônus”

Conceito:

- › Concessão de bônus mediante o aumento % de margem bruta para a equipe comercial

Objetivos:

- › Inverter tendência de queda de margem bruta %
- › Promover uma mudança cultural do drive de toda a organização comercial
- › Alinhar o direcionamento das equipes comerciais e de marketing aos interesses dos acionistas da empresa
- › Divisão de resultados (ganha-ganha)



7 - Foco na Demanda

Controle de

31%

demanda junto ao
Consumidor Final

48mil

Visitas a Unidades
Produtoras no
período de janeiro
a novembro/16

16.173

Visitas a Unidades
Produtoras Diferentes no
período de janeiro a
novembro/16

salesforce

+ 17%

2016 x 2015

8 - Fortalecimento dos Clientes Ouro - Bovinos

+ 27%

Carteira com

510

Consumidores Finais
Grandes pecuaristas

+ 43%

26.3MM

Faturamento na
carteira no período de
janeiro a novembro/16

Quase 100 clientes
com mais de

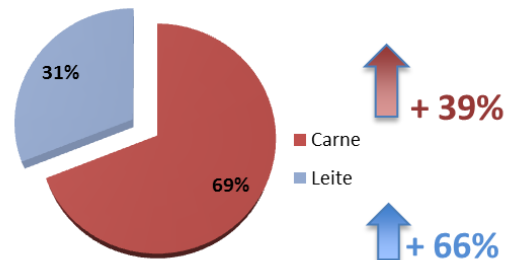
100 mil

Faturamento de janeiro
a novembro/16

Contempla

31%

Da Geração de demanda
de janeiro a novembro/16



9 - Fortalecimento Clientes Ouro - Aves & Suínos

Carteira com

7

Clientes que
representam

63%

do potencial de
mercado em Aves &
Suínos

Participação

55%

Faturamento
Unidade Aves & Suínos

+ 27%



Retirada de Produtos de Linha

- *Objetivos:*
 - *Melhoria da margem bruta média da empresa*
 - *Maximizar a força de trabalho da equipe comercial*
 - *Aumentar o foco para produtos de melhores margens*
 - *Otimizar a fábrica*
 - *Produtos na fase de declínio do seu ciclo de vida*
 - *Evitar canibalismo com outros produtos da linha*

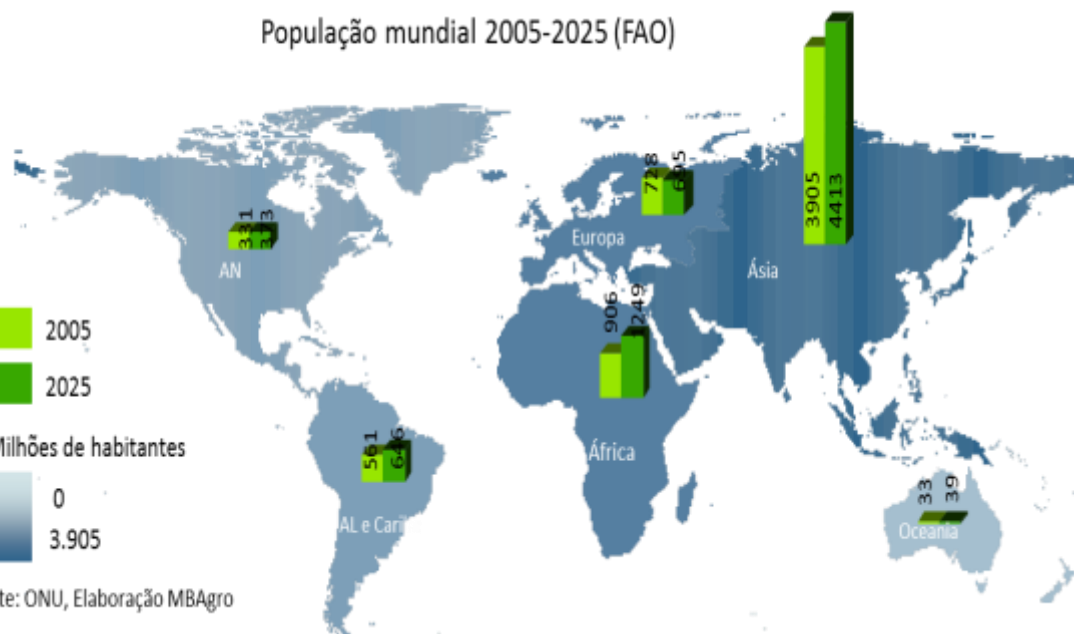
The background of the slide features a faint, light blue line chart in the upper left quadrant and a faint, light blue bar chart in the lower left quadrant. The rest of the background is a solid light blue color.

Projeções & Expectativas

Crescimento da população e da renda mundial

Conclusão

População mundial 2005-2025 (FAO)



Maiores Mercados Consumidores do Mundo

	PIB - US\$ Trilhões			BRICs	(BRICs + N11)
	N11	BRICs	G7	G7	G7
2010	4,03	8,64	30,4	28,4%	41,7%
2015	5,3	13,7	33,4	41,0%	56,9%
2030	12,3	40,2	43,7	92,0%	120,1%
2050	44,4	128	66	193,9%	261,2%

Fonte: FMI, Goldman Sachs, MB Agro

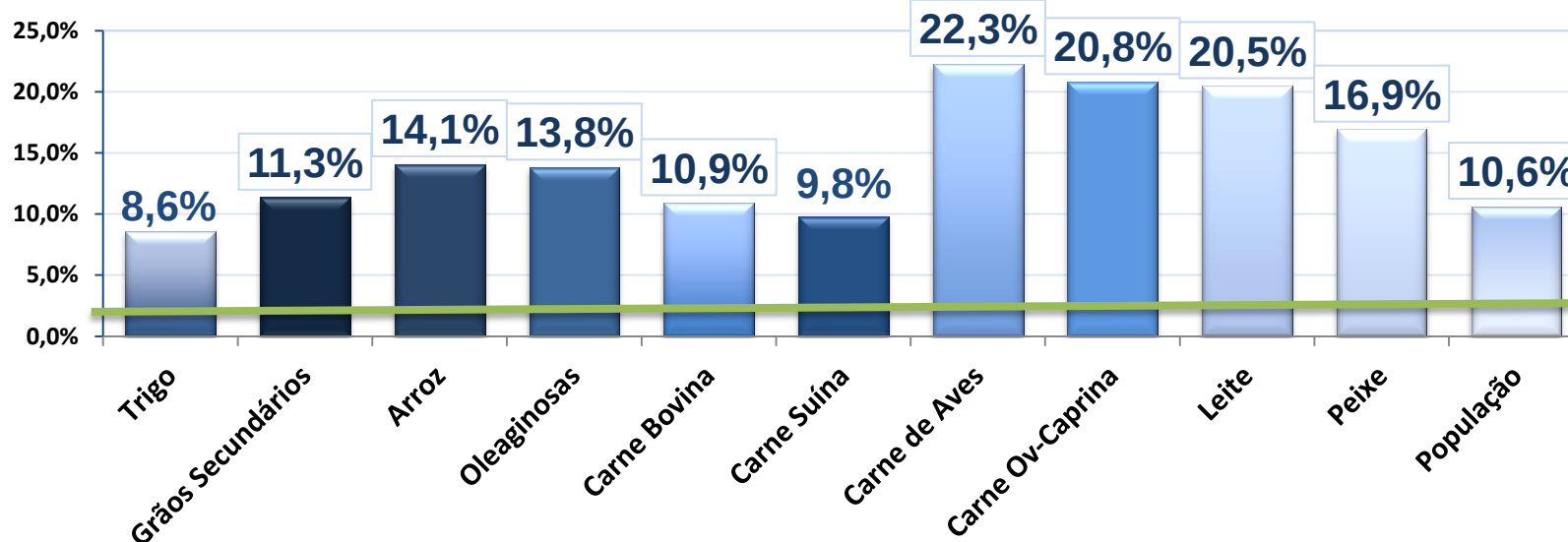
*N11: Bangladesh, Egito, Indonésia, Irã, Coreia Sul, México, Nigéria, Paquistão, Filipinas, Turquia e Vietnã

**BRICs: Brasil, Rússia, Índia e China

***G7: Canadá, França, Alemanha, Itália, Japão, Inglaterra e USA

Seguiremos **produzindo** mais alimentos que o crescimento demográfico e maior ingesta de carnes em nossa dieta

Projeções do Crescimento Mundial: Produção de Alimentos versus População 2014-2024 - $\Delta\%$



Fonte: database OECD-FAO Agricultural Outlook 2015-2024. Adaptado OD Consulting

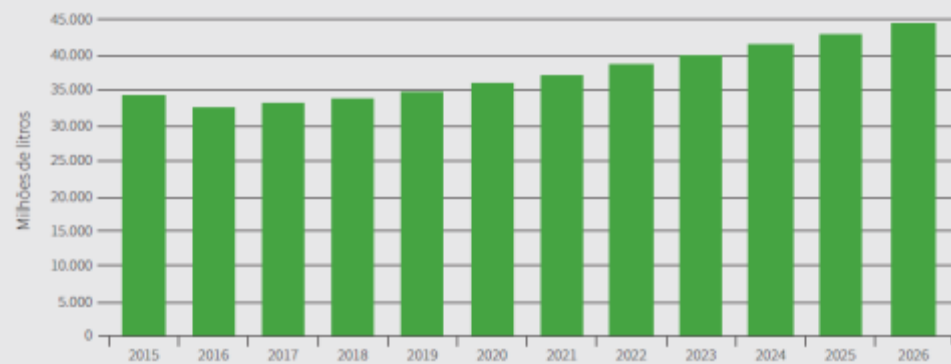
Fonte: database OECD-FAO Agricultural Outlook 2015-2024

Brasil: país do agronegócio

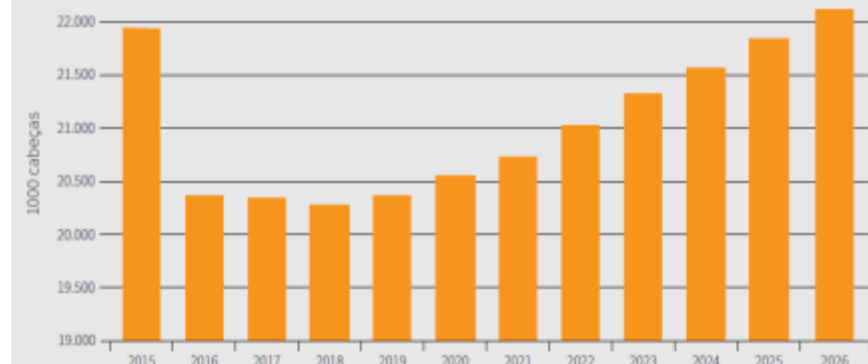
Fonte: Outlook Fiesp



Produção Brasileira de Leite



Rebanho de Gado de leite



Produção
30% ↗

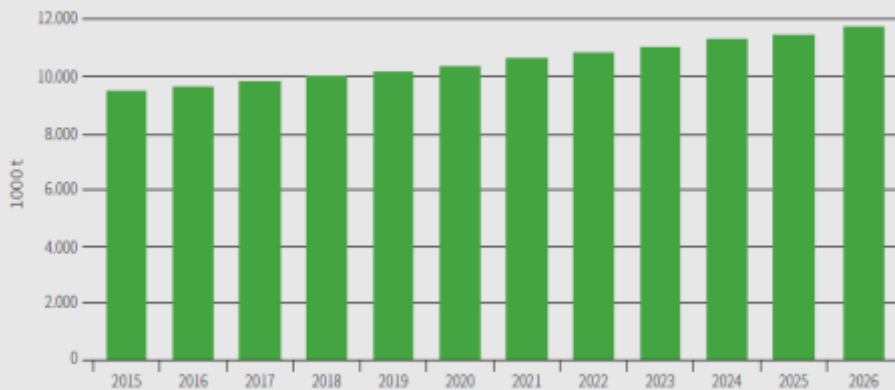
Rebanho
1% ↗

Brasil: país do agronegócio

Fonte: Outlook Fiesp



Produção Brasileira de Carne Bovina



Produção
24% 

Rebanho de Gado de Corte



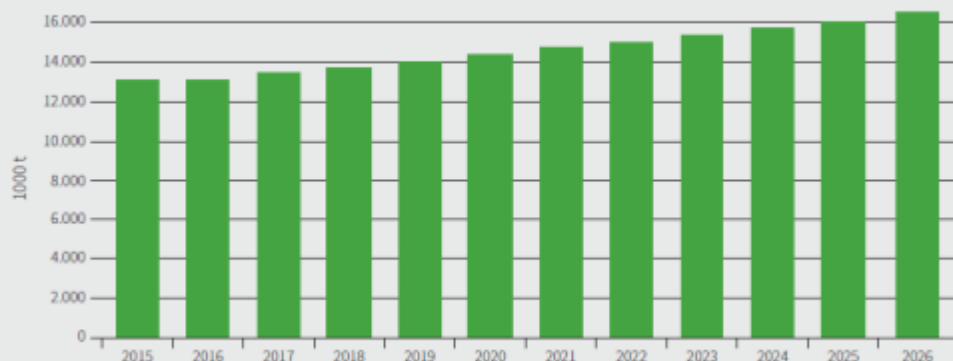
Rebanho de
gado de corte
9% 

Brasil: país do agronegócio

Fonte: Outlook Fiesp

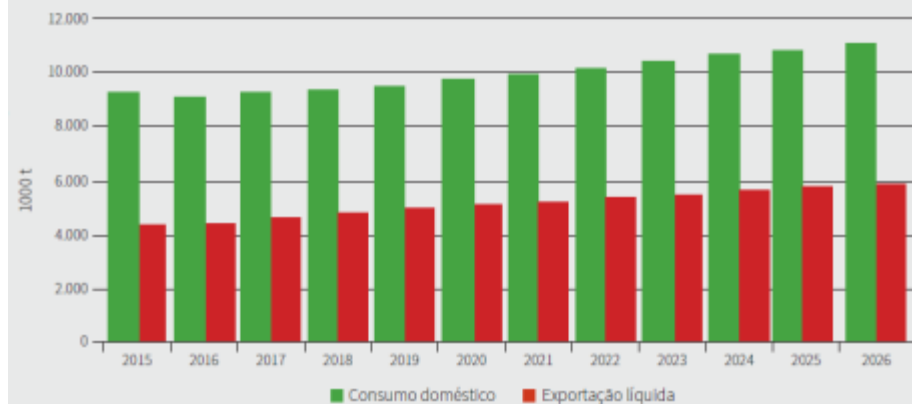


Produção Brasileira de Carne de Frango



Produção
25% ↗

Consumo Doméstico e Exportação Líquida de Carne de Frango



Consumo doméstico
20% ↗

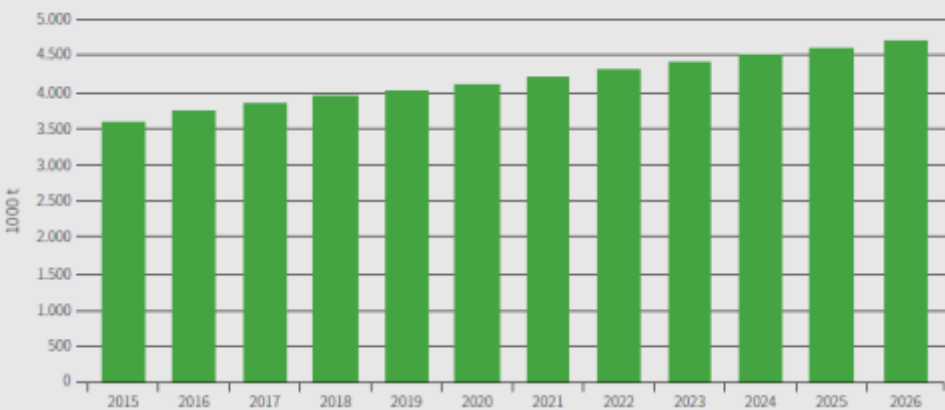
Exportação líquida
38% ↗

Brasil: país do agronegócio

Fonte: Outlook Fiesp

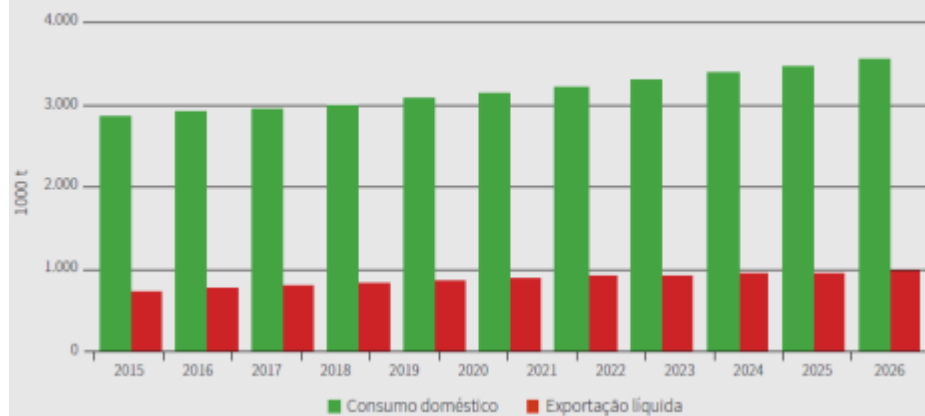


Produção Brasileira de Carne Suína



Produção
32% ↗

Consumo Doméstico e Exportação Líquida de Carne Suína



Consumo doméstico
23% ↗
Exportação líquida
75% ↗

Ourofino Day 2016

Obrigado

