

Ourofino Day

1 ANO de IPO

Fábio Lopes Junior
CFO E DRI



Agradecemos a todos que, ao longo deste último ano, vêm acreditando no projeto Ourofino.

Acionistas, analistas, executivos e colaboradores da Cia, é com satisfação que comemoramos junto a vocês nosso
1º ano de IPO.

Sejam bem-vindos ao **Ourofino Day!**

Ourofino Day

Programação

28/10/15

7h30 **Recepção**

8h **Resultados financeiros 3T15 e 9M15**
Fábio Lopes Júnior (CFO e DRI)

8h30 **Estratégia e perspectivas da Companhia**
Dolivar Coraucci Neto (CEO)

9h **Estratégia P&D**
Sandra Barioni Toma (diretora de P&D)

9h30 **Coffee**

10h **Animais de Companhia**

Perspectivas de mercado
Especialista Convidado

Estratégia Ourofino para o segmento
Verônica Martins (Diretora Comercial Animais de Companhia)

11h **Animais de Produção**

Perspectivas de mercado (gado de corte e gado de leite)
Especialista Convidado

Estratégia Ourofino para o segmento
Eduardo Grégio (Diretor Comercial Animais de Produção)

Debate clientes do setor: cooperativa, revenda e pecuarista

13h **Almoço**

14h30 - 17h30 **Centro de Pesquisa Veterinária - Fazenda Experimental**
Bovinocultura de Corte
Bovinocultura de Leite
Suinocultura
Centro de Treinamento e Capacitação em Reprodução





29/10/15

9h - 11h30

Programação de Visitação à Fábrica



Laboratórios de Pesquisa e Desenvolvimento e Controle de Qualidade
Instalações Fabris Farmacêutico Veterinário
Instalações Fabris de produtos Biotecnológicos

USO DOS RECURSOS DO IPO

-  Lançamento de produtos
-  Plataforma de Biotecnologia
-  Internacionalização
-  Redução da alavancagem

GOVERNANÇA

RESULTADOS FINANCEIROS

-  Resiliência dos resultados
-  Performance das ações

The background features a dark blue grid with a white line graph showing an overall upward trend with some fluctuations. Below the grid, there is a bar chart with various bars of different heights and colors, including white, light blue, and dark blue. The text is positioned in the upper right quadrant of the image.

USO DOS RECURSOS DO IPO

Uso dos Recursos do IPO Lançamento de Produtos

Pipeline

✓ 2014: Lançamento de 4 novos produtos
(outubro - dezembro/2014)



✓ 2015: Lançamento de 7 novos produtos
(janeiro - setembro/2015)



Investimentos em PDI

✓ Investimento de R\$ 24,9 milhões nos últimos 9 meses

Uso dos Recursos do IPO Plataforma em Biotecnologia

Cronograma de entrega

Julho/2014
Entrega do laboratório



Julho/2015
Início das obras



Outubro/2015
Status atual da obra



Final/2016
Previsão
de entrega
da obra

DESENVOLVIMENTO E REGISTRO DE PRODUTOS

Uso dos Recursos do IPO Internacionalização



México



Fortalecimento da presença no México com a ampliação da equipe comercial, contratação de 10 pessoas, aumento da base de clientes e aumento de aproximadamente 70% das vendas.



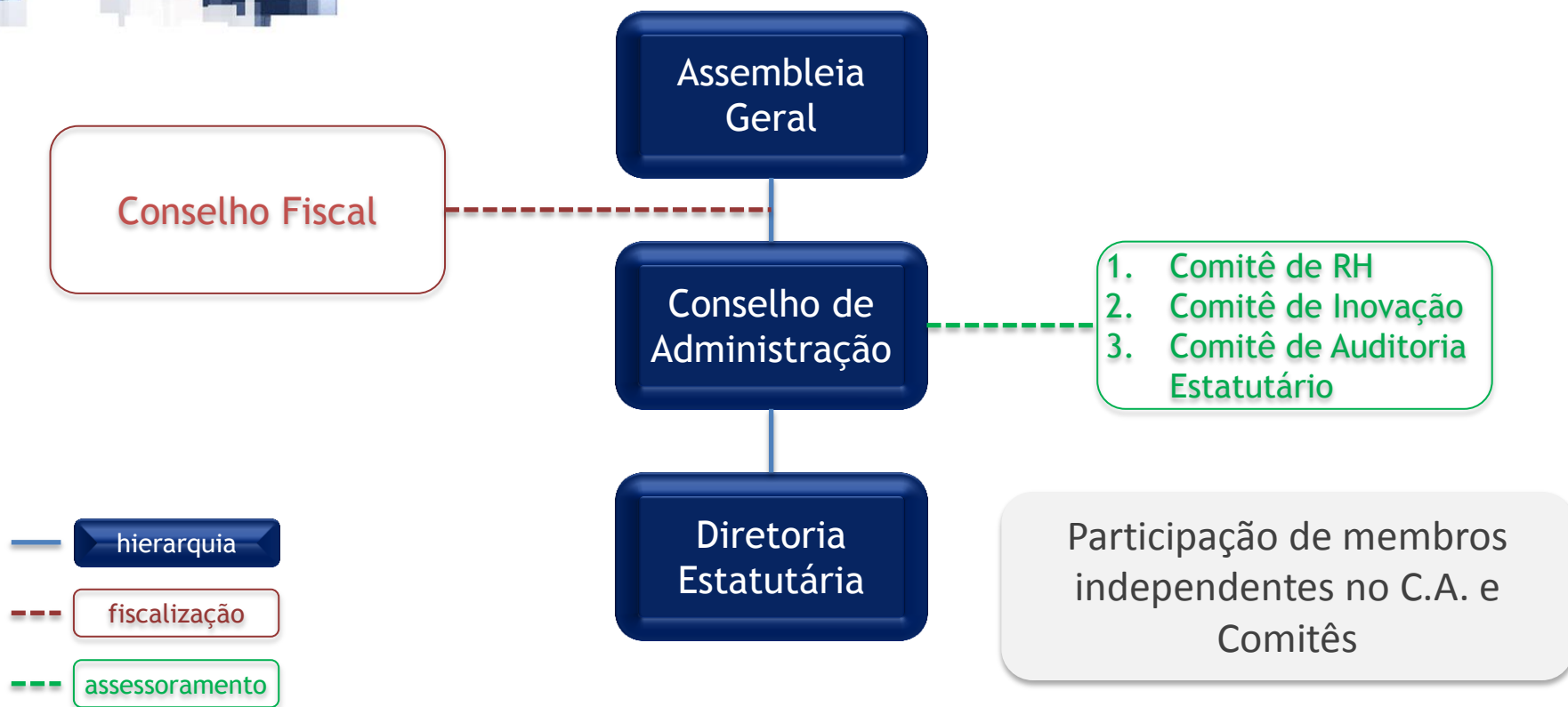
Colômbia



Aquisição do nosso distribuidor local na Colômbia, com o objetivo de ampliar a presença da companhia nesse país. Início da comercialização própria em setembro de 2015.

The background features a dark blue grid with a white line graph showing an overall upward trend with some fluctuations. Below the grid, there is a series of vertical bars of varying heights and shades of blue and white, resembling a bar chart or a data visualization. The word "GOVERNANÇA" is written in a bold, white, sans-serif font on the right side of the image.

GOVERNANÇA



Conselho Fiscal

- Hugo Carvalho - Indicado BNDES
- Luiz Baptista
- Cesar Campez

Suplentes

- Gabriel Biscaia - Indicado BNDES
- Lucio Faria
- Paulo César Lima

Conselho de Administração

Membros Efetivos

1. Norival Bonamichi - Presidente
2. Jardel Massari - Vice-Presidente
3. Pedro Novis - Independente

4. Luiz Souto - Independente
5. Martin Escobari - GA

Diretoria Estatutária

- Dolivar Coraucci - CEO
- Fábio Lopes Júnior - CFO e DRI

Comitê de Auditoria Estatutário

Membros do Comitê

- Luiz Souto - Conselheiro Independente
- Frederico Carvalho - GA
- Eduardo Scarpellini - Auditor

Comitê de Inovação

Membros do Comitê

- Dolivar Coraucci Neto - CEO
- Pedro Lichtinger - Consultor Efetivo
- Sandra Barioni - Diretora PDI

Comitê de RH

Membros do Comitê

- Martín Escobari - GA
- Dolivar Coraucci Neto - CEO
- Carla Marçal - Diretoria de RH

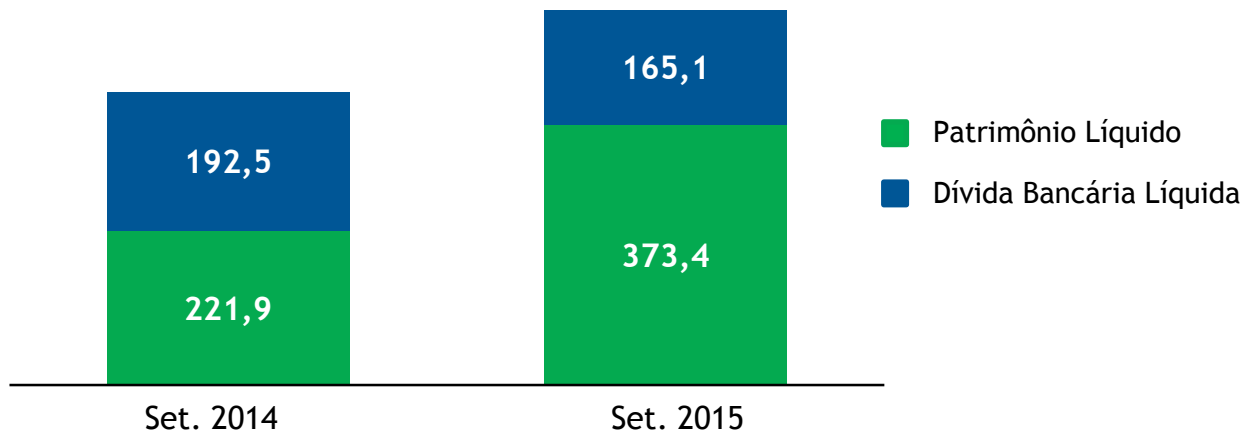
The background features a dark blue gradient with a faint grid. A white line graph with multiple data series is visible in the upper left, showing an overall upward trend with some fluctuations. Below the line graph, there is a bar chart with various bars of different heights and colors, including white, light blue, and dark blue. The text 'RESULTADOS FINANCEIROS' is positioned on the right side of the image.

RESULTADOS FINANCEIROS

Resultados Financeiros Redução da Alavancagem

Dívida Bancária Líquida x PL

(R\$ milhões)

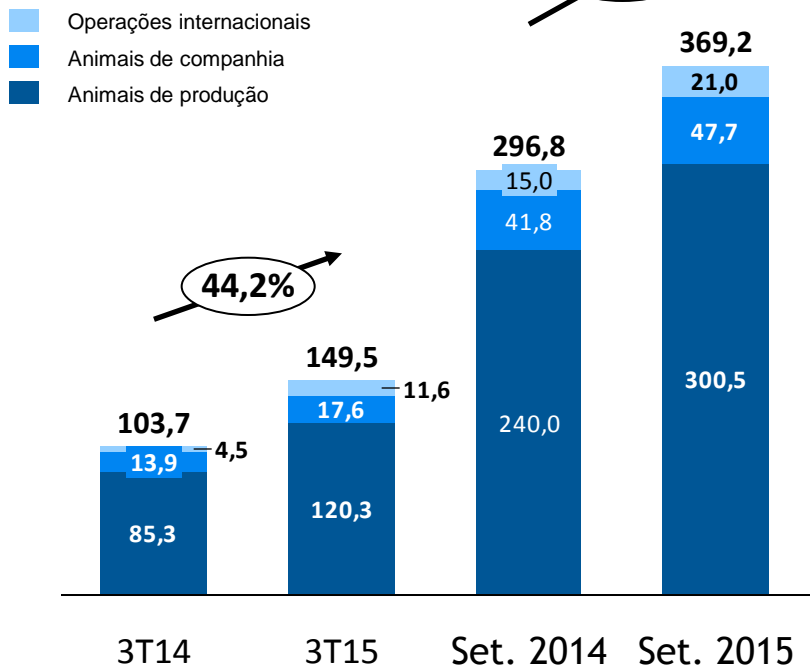


	Set. 2014	Set. 2015
Dív. Banc. Líq./PL	0,89x	0,44x
Dív. Banc. Líq./EBITDA Ajustado	3,02x	2,08x
Custo médio da dívida (ano) ¹	7,03%	6,75%

¹ Custo médio apurado sobre a dívida líquida de derivativos

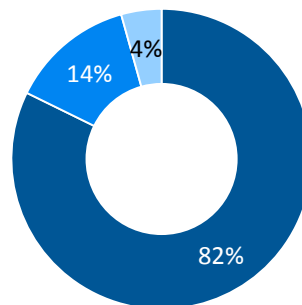
Resultados Financeiros Resiliência dos Resultados

Receita Líquida - Evolução (R\$ milhões)

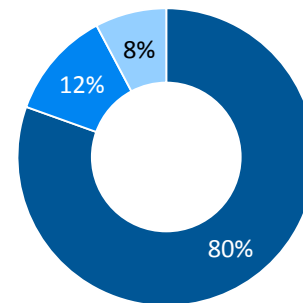


Receita Líquida - Contribuição

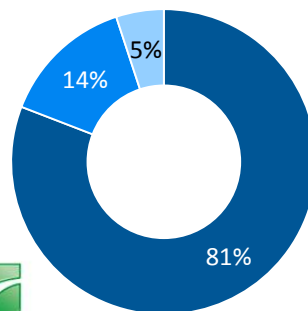
Receita Líquida - 3T14
contribuição



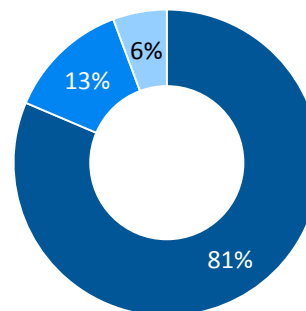
Receita Líquida - 3T15
contribuição



Receita Líquida - 9M14
contribuição



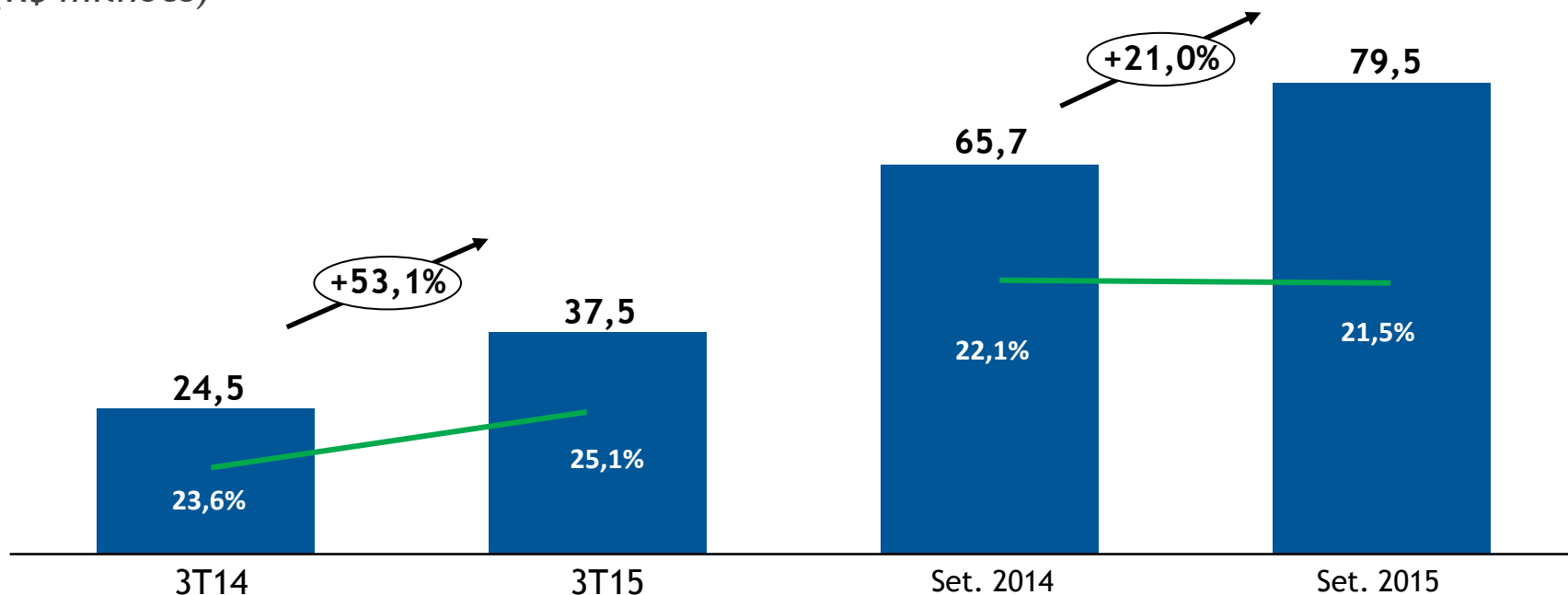
Receita Líquida - 9M15
contribuição



Resultados Financeiros Resiliência dos Resultados

EBITDA ajustado - Evolução

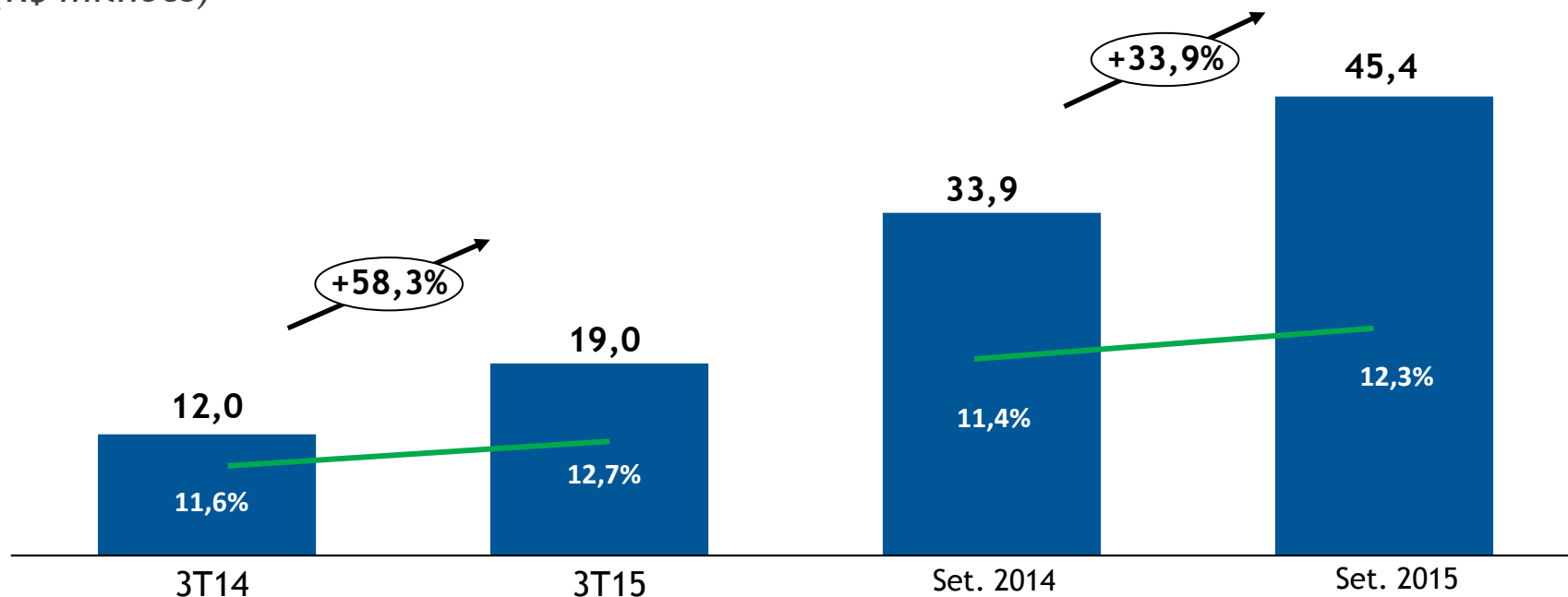
(R\$ milhões)



Resultados Financeiros Resiliência dos Resultados

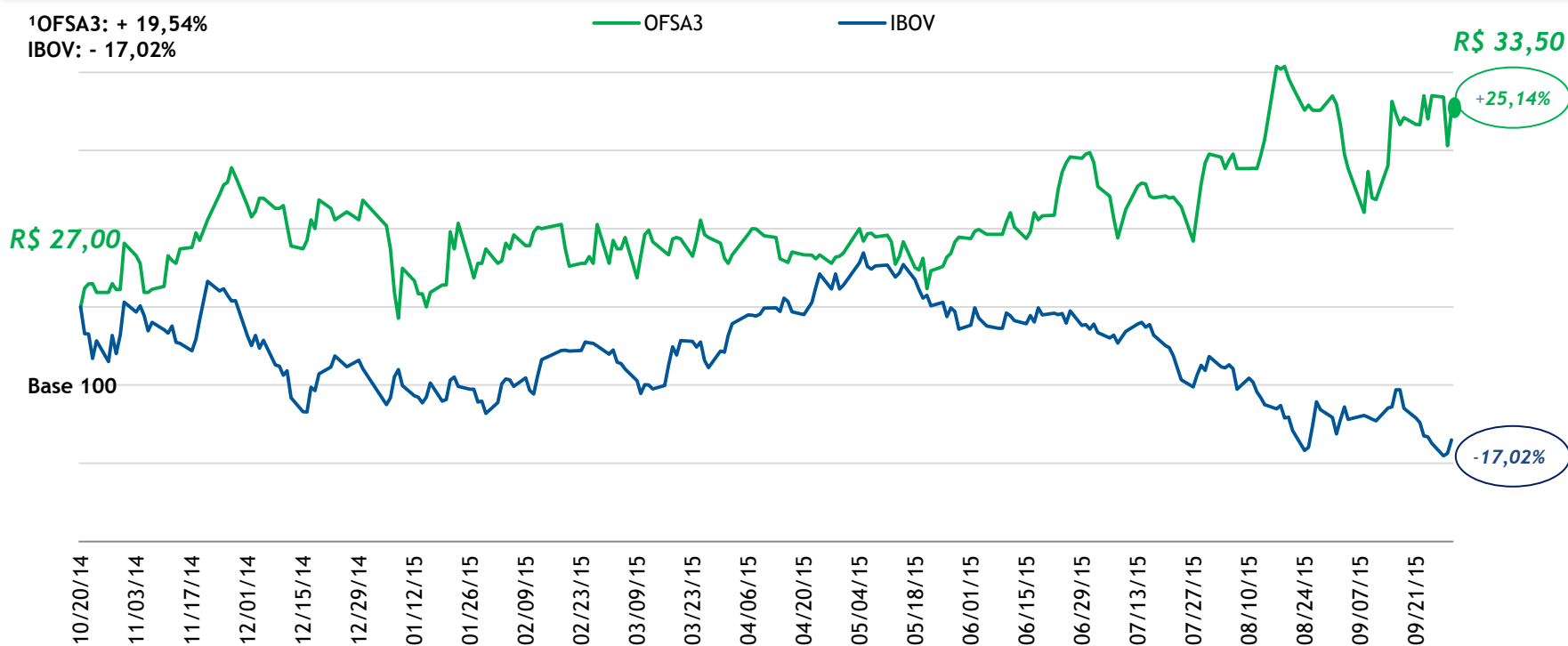
Lucro das Operações Continuadas

(R\$ milhões)



Resultados Financeiros Performance das Ações

Desempenho da ação acima do mercado



¹ Custo médio apurado sobre a dívida líquida de derivativos

Ourofino
Day

MUITO OBRIGADO!

FÁBIO LOPES JÚNIOR

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ri.ourofino.com

ri@ourofino.com



Ourofino Day

Estratégias e Perspectivas da Companhia

Dolivar Coraucci Neto
CEO



- Crescimento do Negócio Atual
- Crescimento em Portfólio & PDI
- Crescimento Geográfico
- Avaliação de Oportunidades M&A

VENDEMOS SANIDADE ANIMAL E NÃO PRODUTO VETERINÁRIO

Crescimento do negócio atual

✓ Crescimento Pet;

✓ Crescimento Grandes Animais.

Crescimento em Portfólio e PDI

✓ Produtos Pet Farmacêuticos;

✓ Produtos Grandes Animais Farmacêuticos;

✓ Biológicos Pet e Grandes Animais.

✓ *Background* internacional;

✓ México;

✓ Colômbia;

✓ Avaliação de Oportunidades;

✓ Avaliação de Parcerias.

**AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE M&A COM ALINHAMENTO ESTRATÉGICO
AO NOSSO NEGÓCIO**

The background features a dark blue gradient with a faint grid. A white line graph with multiple data series is visible in the upper left, showing an overall upward trend with some fluctuations. Below the line graph, there is a bar chart with various bars of different heights and shades of blue and white, representing data points or categories.

Crescimento do Negócio Atual



Mega cidades e
êxodo do campo



Maior renda



Envelhecimento da
População



Menos filhos
(e mais pets)



Maior demanda
por alimento



Segurança
alimentar

- ✓ Lançamento de produtos nos próximos anos, incluindo a linha de Biológicos e *gaps* de produtos farmacêuticos em mercados específicos;
- ✓ Aumento do *market share* - posituação de PDV's;
- ✓ Maior aproximação com o cliente final;
- ✓ Avaliação de novas formas de comercialização;
- ✓ Capacitação técnica e treinamento do setor.



Crescimento em áreas em desenvolvimento;



Lançamento de produtos nos próximos anos, incluindo a linha de Biológicos;



Pipeline contendo produtos inovadores;



Participação mais efetiva na integração da cadeia de proteína;



Maior aproximação com o produtor rural.

The background features a dark blue gradient with a faint grid. A white line graph with multiple data series is visible in the upper left, showing an overall upward trend with some volatility. Below the line graph, there is a bar chart with various blue and white bars of different heights, representing data points or portfolio components.

Crescimento em Portfólio e PDI



Lançamento de produtos;



Projetos PDI - *Pipeline*;




Avaliação de oportunidades;



Inovação Aberta;



Acordos de parcerias nacionais e internacionais;

The background features a dark blue gradient with a faint grid. A white line graph with multiple data series is visible in the upper left, showing an overall upward trend. Below it, a bar chart with semi-transparent blue bars is visible, also showing an upward trend. The text 'Crescimento Geográfico' is positioned on the right side of the image.

Crescimento Geográfico



Background internacional da estrutura interna;



Consolidação do México com filial;



Antecipação do processo Colômbia com filial;



Avaliação de novos mercados e oportunidades na América Latina;



Avaliação de parcerias com empresas já estabelecidas no segmento para distribuição de nossa linha em outros países;

The background features a dark blue gradient with a faint grid. Overlaid on this are several semi-transparent white and light blue elements: a line graph with multiple fluctuating lines in the upper left, and a series of vertical bars of varying heights and colors (white, light blue, and medium blue) along the bottom edge.

Investidores

✓ Melhoria dos índices de gestão com foco em trazer retornos superiores aos investidores em relação ao mercado;

✓ Transparência e clareza de propósitos.

Ourofino
Day

MUITO OBRIGADO!

DOLIVAR CORAUCCI NETO

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ri.ourofino.com

ri@ourofino.com



Ourofino Day

*Pesquisa,
Desenvolvimento e
Inovação*

Sandra Barioni Toma



O foco das atividades de busca, seleção e realização de oportunidades e projetos em PDI é direcionado pela *visão de futuro* e pelas *estratégias* da Ourofino, que são traduzidas em *corredores tecnológicos*.

Nossa missão: transformar a Ciência e Pesquisa em soluções em sanidade animal e geração de negócios.

+115 especialistas em PDI para saúde animal



Média de 6,0% do Faturamento anual investido em PDI pela Ourofino Saúde Animal



Profunda interação com o homem do campo e animais de companhia e suas necessidades



Rede de colaborações
com instituições de PDI
na América, Europa e Ásia

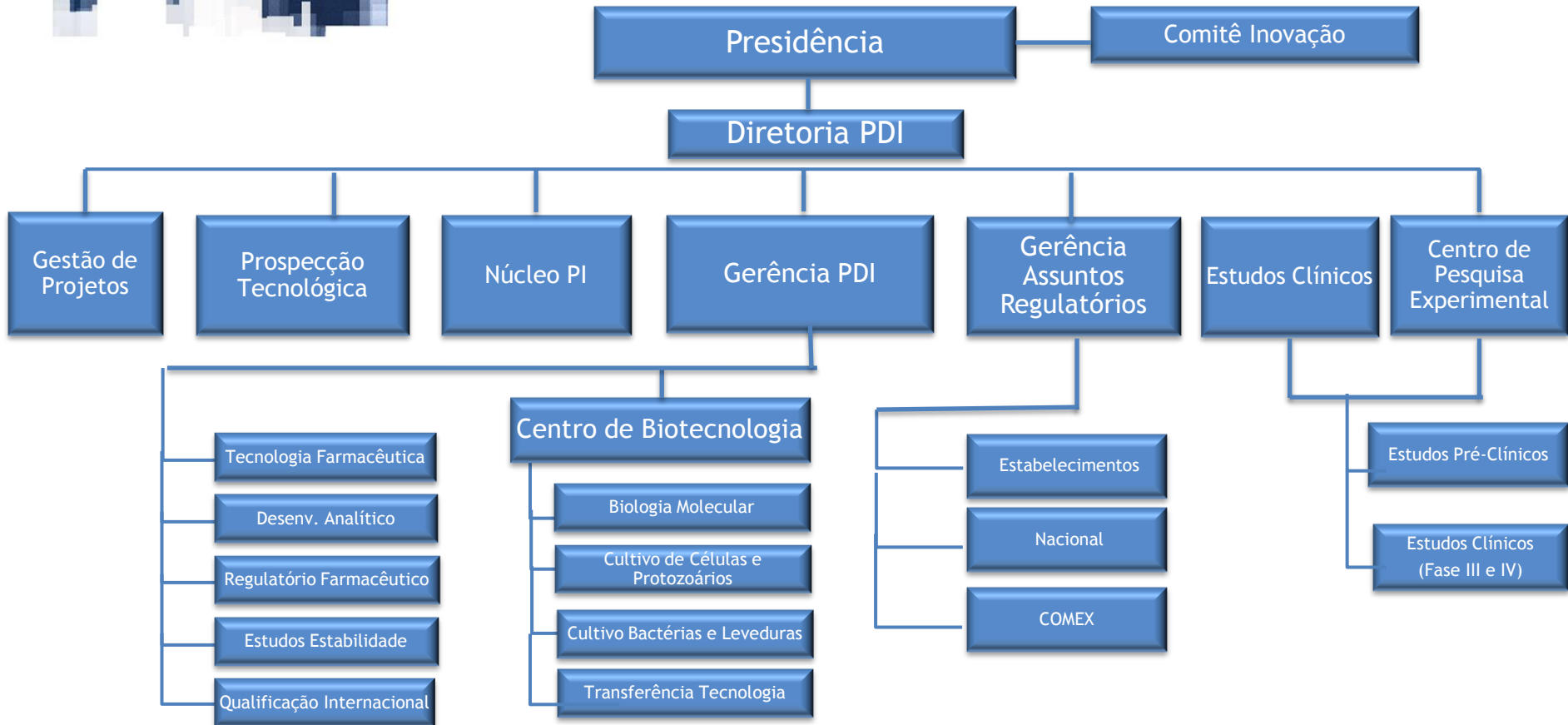


Expertise em ampla
gama de formulações
farmacêuticas e
vacinais



Fontes de Inovação:
Fornecedores, Clientes,
PI, Parceiros em PDI,
Colaboradores, *Road map*,
análise de *gaps*
tecnológicos, vigilância
tecnológica de
competidores





Inovação Aberta = Colaboração e Parceria



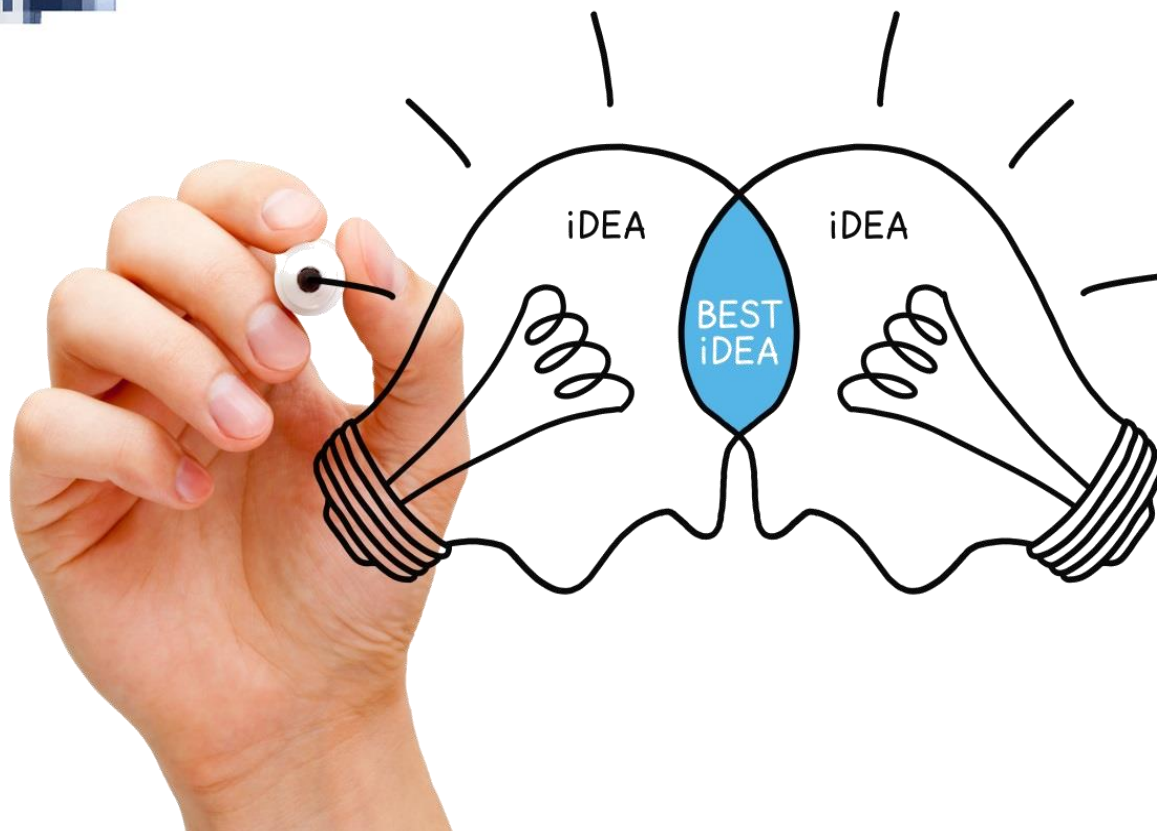
Somar as competências internas e externas;



Dinamizar o processo de transformação de Ciência, Pesquisa e Desenvolvimento em novos produtos e negócios;



Ganho de conhecimento e capacitação da equipe interna.





Forte cultura para colaboração = melhores oportunidades para inovação

Diversos Modelos já foram utilizados pela Ourofino.

Flexibilidade garante um bom relacionamento com potenciais parceiros.

Foco em fechar o negócio e iniciar relações de longa duração e de ganho mútuo.



Modelos de parceria/cooperação

MODELOS PARA INOVAÇÃO	COMPETÊNCIA EM PDI
✓ 1. Desenvolvimento Interno	Mais Interna
✓ 2. Acordos de cooperação	Interna e Externa
✓ 3. Cooperação com cadeia de suprimentos	Interna e Externa
✓ 4. Transferência de tecnologia e <i>know how</i>	> Externa*
✓ 5. Compra de ativos (licenças locais)	> Externa*

*Necessita competência interna para internalizar e apropriar-se.

Exemplos da aplicação dos modelos Composição de Portfólio

✓ Modelo 1



✓ Modelos 1 e 2



✓ Modelo 3



Exemplos da aplicação dos modelos Composição de Portfólio



Modelos 1 e 2



Modelos 4 e 5



2 GRANDES MACROPROCESSOS

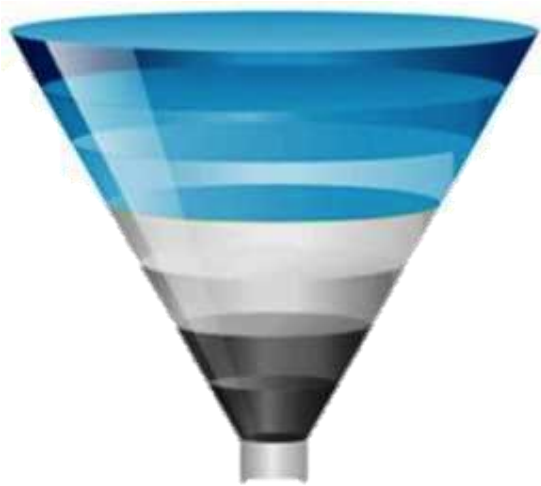
1

AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADES

2

PROJETOS PDI: *PIPELINE*

1º macroprocesso: Avaliação de oportunidades



- Média de avaliação de oportunidades/ano: 130.
- Avaliação por Comitê multidisciplinar (interno e expertos externos).
- Tomada de decisão: *Gates* de avaliação e *business plan*.
- Fluxograma bem estabelecido balanço estratégico de carteira PDI.

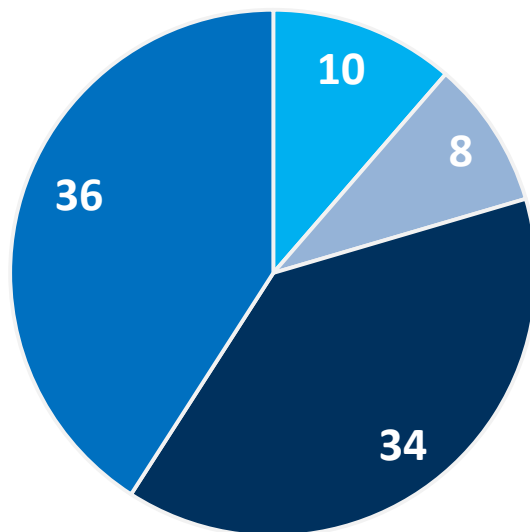


Projeto de Pipeline



Principal indicador: Lançamentos

Pipeline- Time to market



- Lançamentos em 2014
- Expectativa para 2015
- Expectativa para 2016 - 2018
- Nova onda de Pipeline + 2019

Outros indicadores e metas PDI

- Lançamentos de produtos;
- Licenciamentos de novos produtos;
- Submissão de dossiês;
- Execução de partidas pilotos;
- Balanço de projetos;
- Avaliação de oportunidades; Captação e seleção de projetos;
- Indicadores financeiros (despesas, orçamentos por projetos e participação na receita);
- Mapeamento de CT&I;
- Acordos e parcerias em PDI.

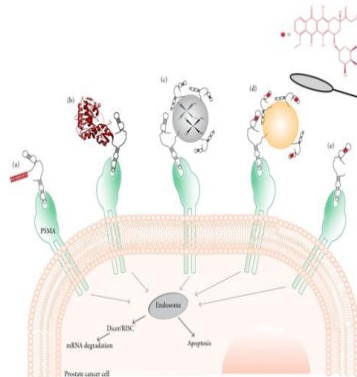
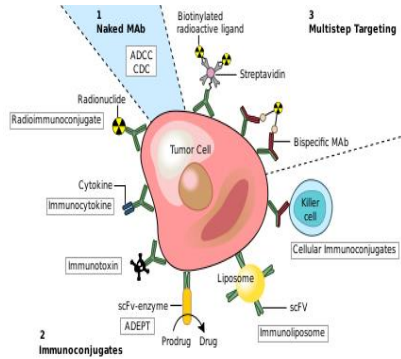
Mega tendências, *Road Map*, Vigilância Tecnológica,
Consultores Externos, PDI e MKT Estratégico



Vertical Farming: Can Urban Agriculture Feed a Hungry World?

By Fabian Kretschmer and Malte E. Kollenberg

Agricultural researchers believe that building indoor farms in the middle of cities could help solve the world's hunger problem. Experts say that vertical farming could feed up to 10 billion people and make agriculture independent of the weather and the need for land. There's only one snag: The urban farms need huge amounts of energy.



Ourofino
Day

MUITO OBRIGADA!

SANDRA BARIONI

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ri.ourofino.com

ri@ourofino.com



GS&MD

Gouvêa de Souza

Panorama do Mercado Pet

Eduardo Yamashita

A **GS&MD – Gouvêa de Souza** concede ao cliente a utilização de materiais para seu uso interno e individual, não podendo ser modificado, copiado, distribuído e publicado sem o consentimento prévio por escrito da **GS&MD – Gouvêa de Souza**, que detém os direitos sobre a **PROPRIEDADE INTELECTUAL**.

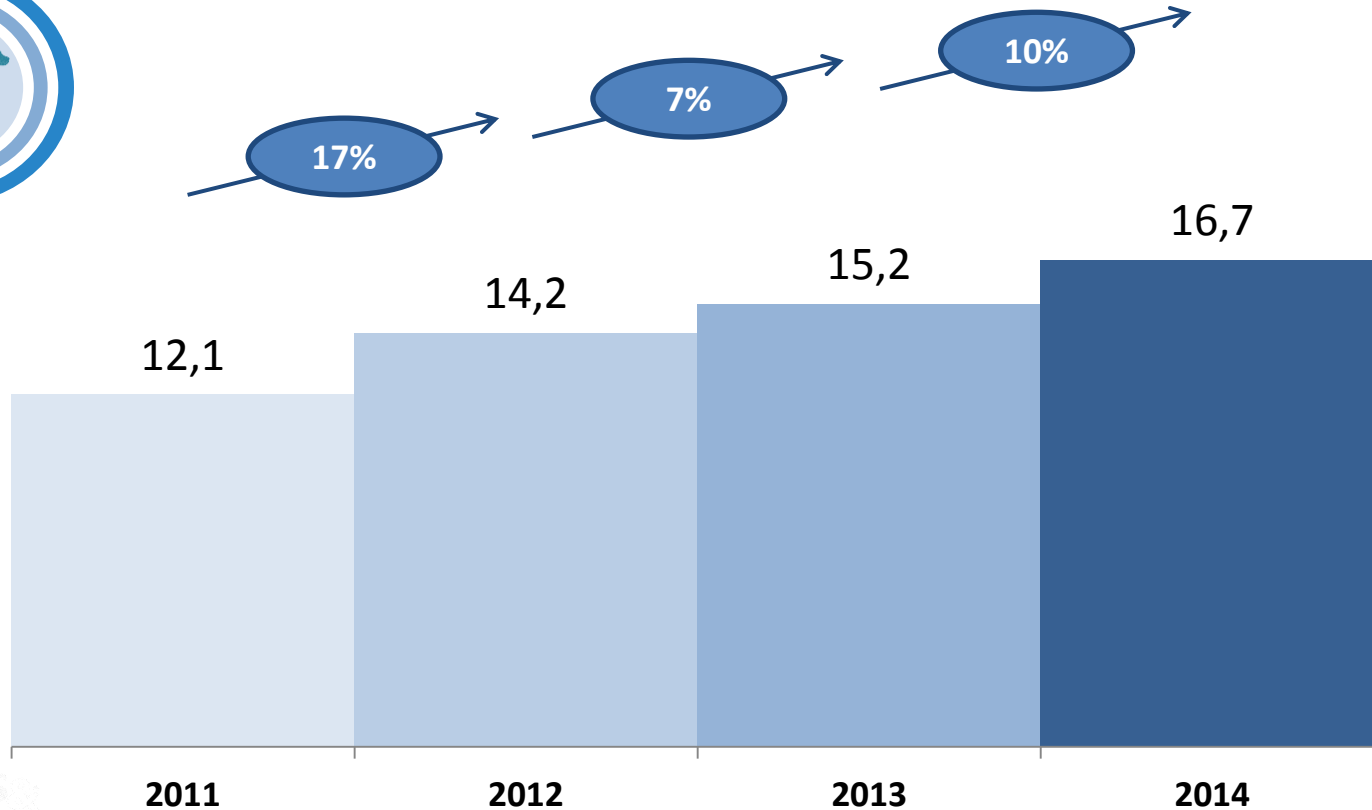
Visão geral do mercado

Perfil e hábitos do consumidor

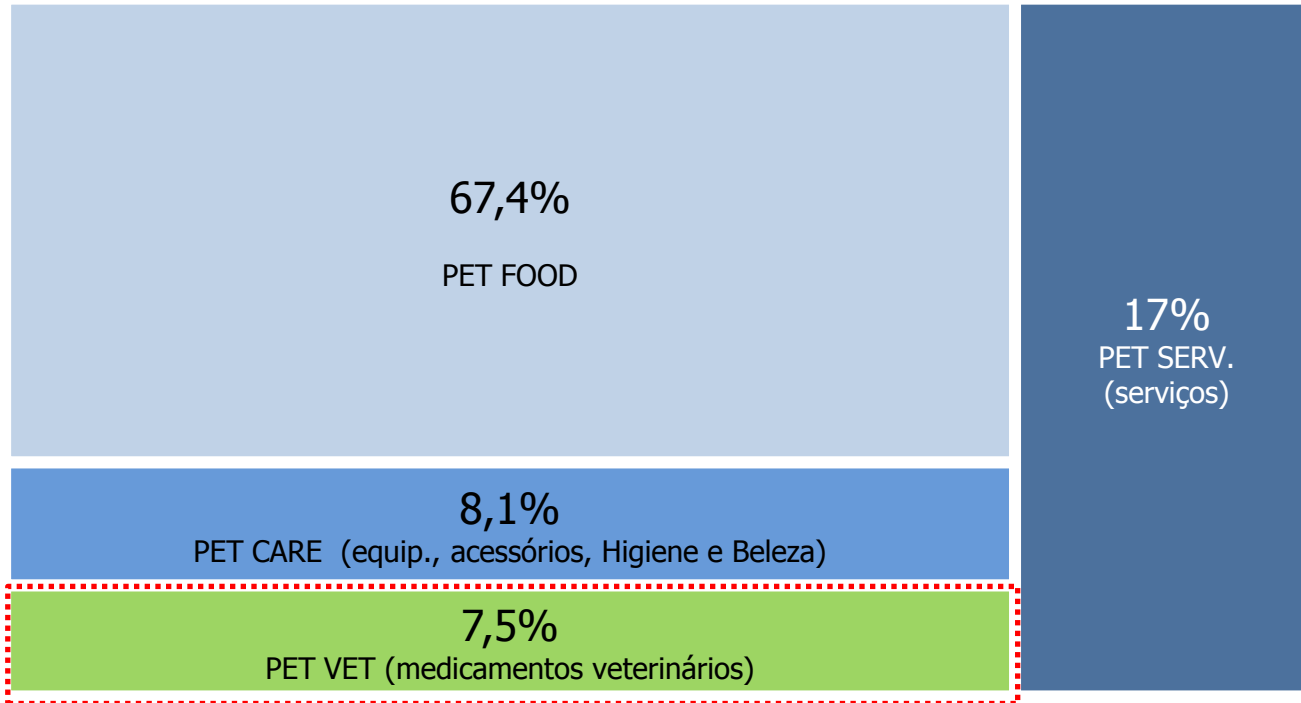
Canal de distribuição

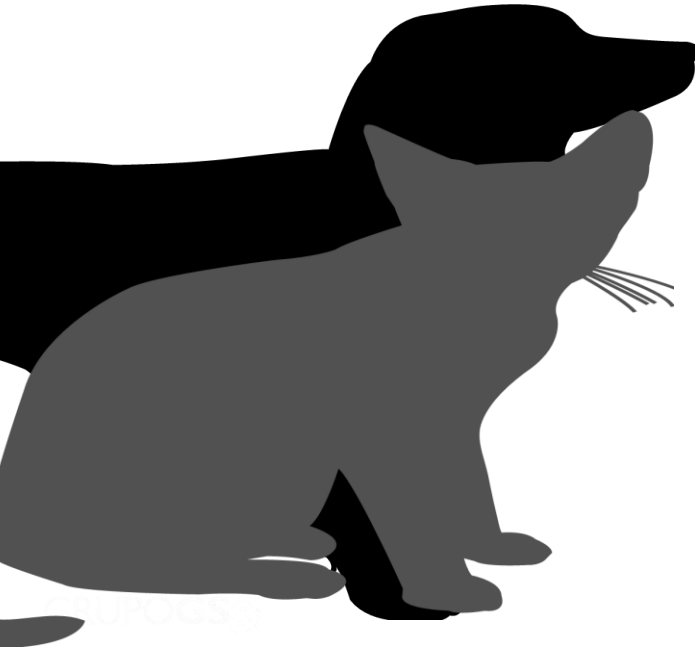
Comparativo com o mercado dos EUA

Desafios e Oportunidades



Breakdown por categoria [%]

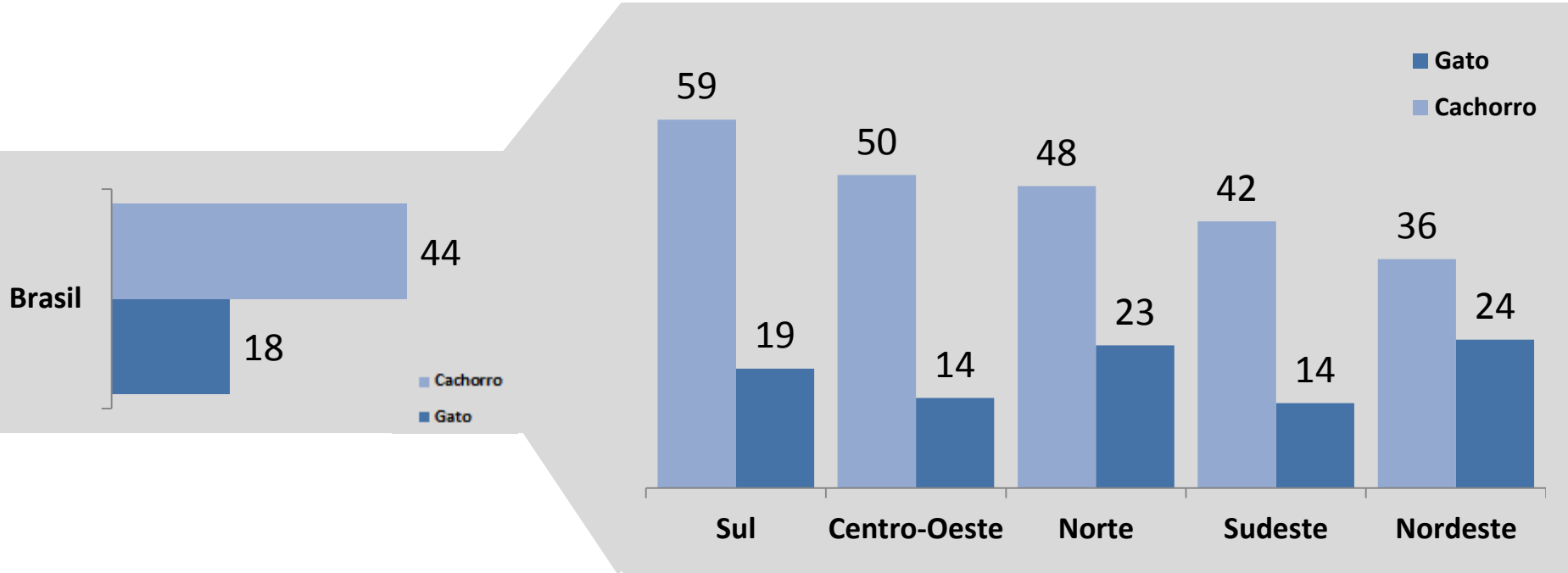


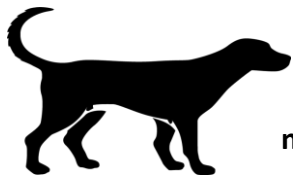


Mais de **74 milhões** de cães e gatos

Tipo de animal	Total de animais
Cães	52,2
Gatos	22,1

Proporção de domicílios com cachorros e gatos – Brasil e Regiões (2013) - %



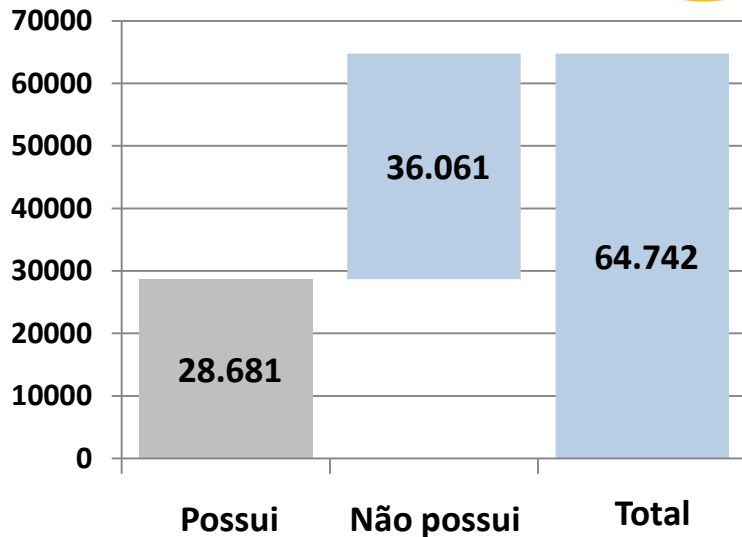


CACHORRO

número de domicílios que possuem ao menos 1 animal

Média
1,8

Em mil

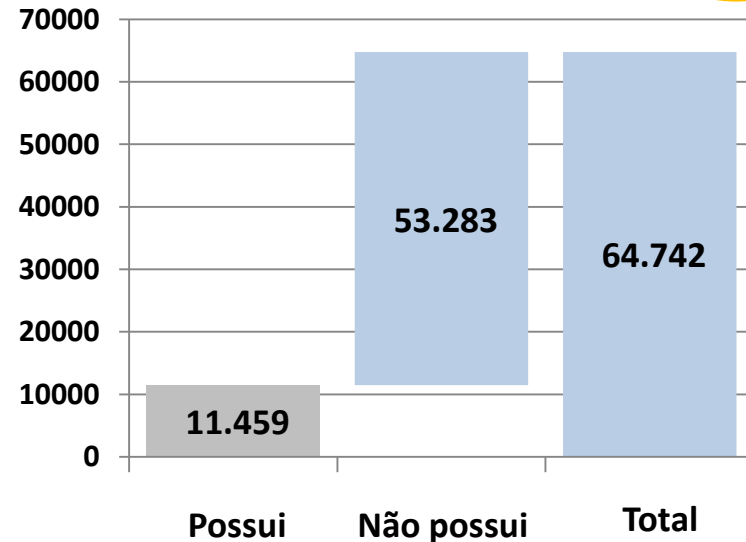


GATO

número de domicílios que possuem ao menos 1 animal

Média
1,9

Em mil



Visão geral do mercado

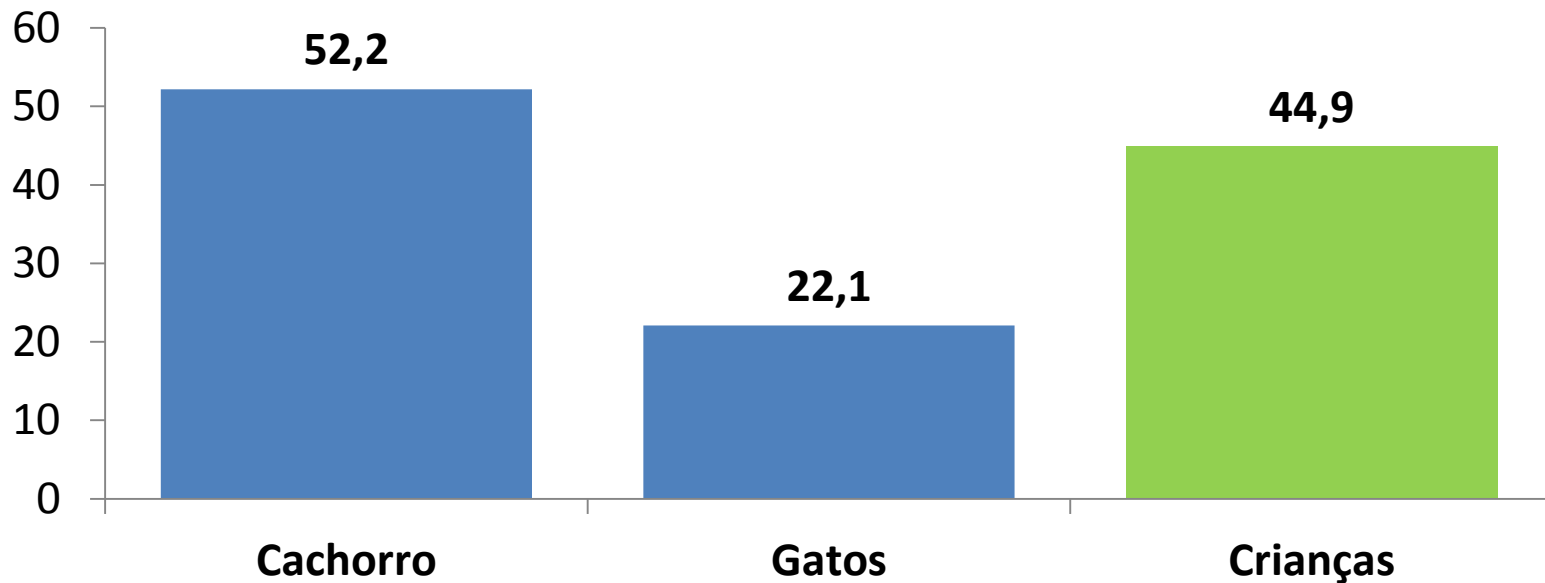
Perfil e hábitos do consumidor

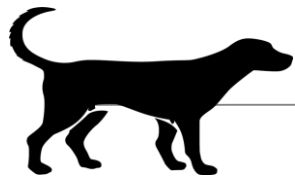
Canal de distribuição

Comparativo com o mercado dos EUA

Desafios e Oportunidades

Valor absoluto – em milhões





37



36



27



Amigo



29

Filho



37

Animal de
estimação



34

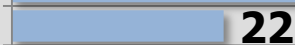


Quintal/ Terraço



35

Quarto



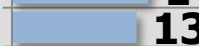
22

Área de serviço



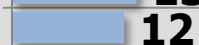
14

Sala/ Sofá



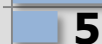
13

Varanda/ Sacada



12

Outros cômodos



5

Ele é meu filho: 35%

65%

Dentro do lar

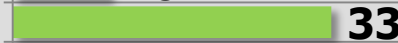
Onde o animal dorme (%)

Quintal/ Terraço



10

Quarto



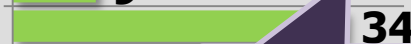
33

Área de serviço



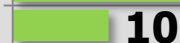
9

Sala/ Sofá



34

Varanda/ Sacada



10

Outros cômodos



5

Ele é meu filho: 43%

90%

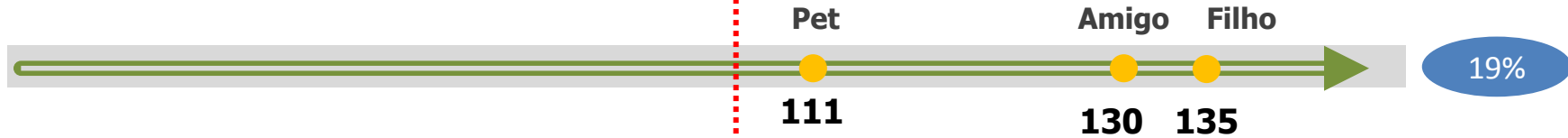
Dentro do lar



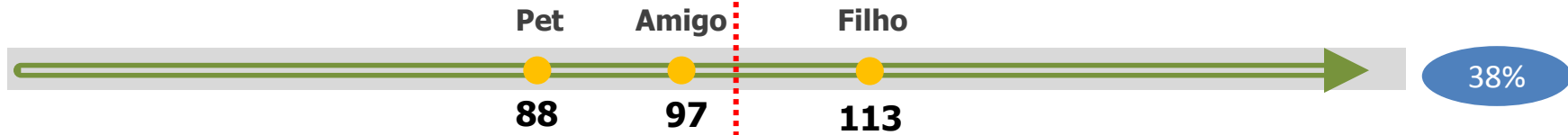
Média= base 100

BASE 100

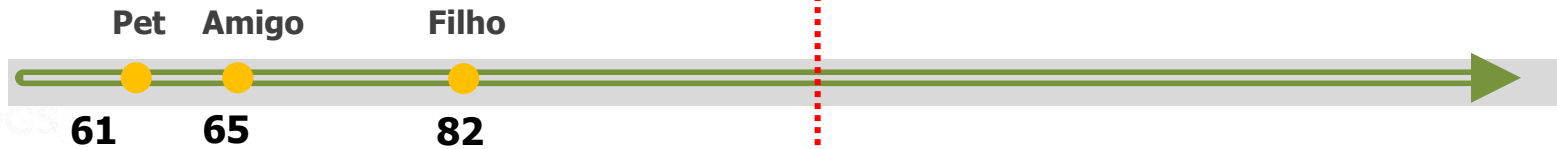
Classe A



Classe B



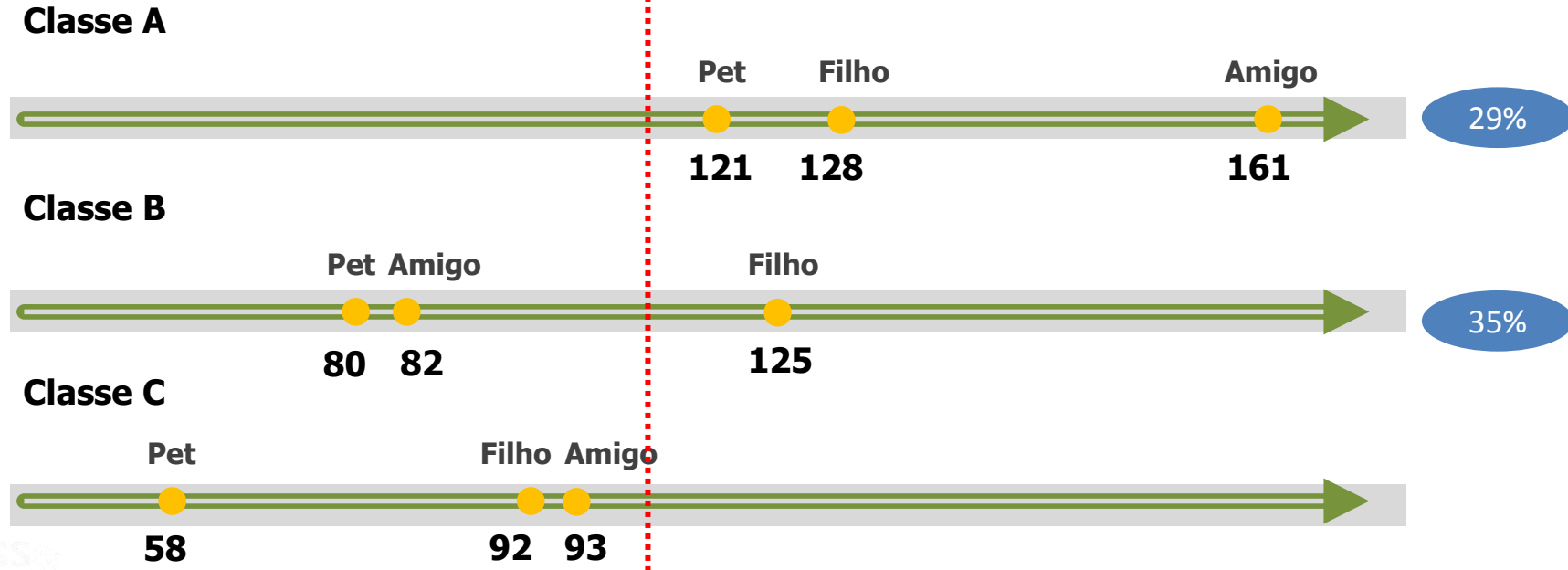
Classe C



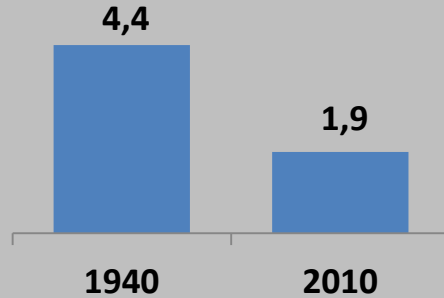


Média= base 100

BASE 100



FILHOS POR MULHER

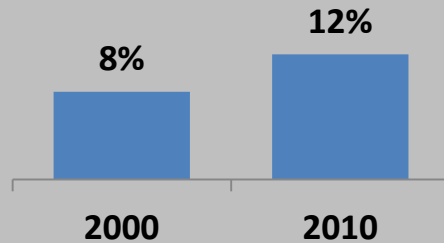


IDADE MÉDIA DA MULHER PARA TER FILHO RENDA ACIMA DE 5 SALÁRIOS MIN.



32 anos
Idade média

PROPORÇÃO DE IDOSOS

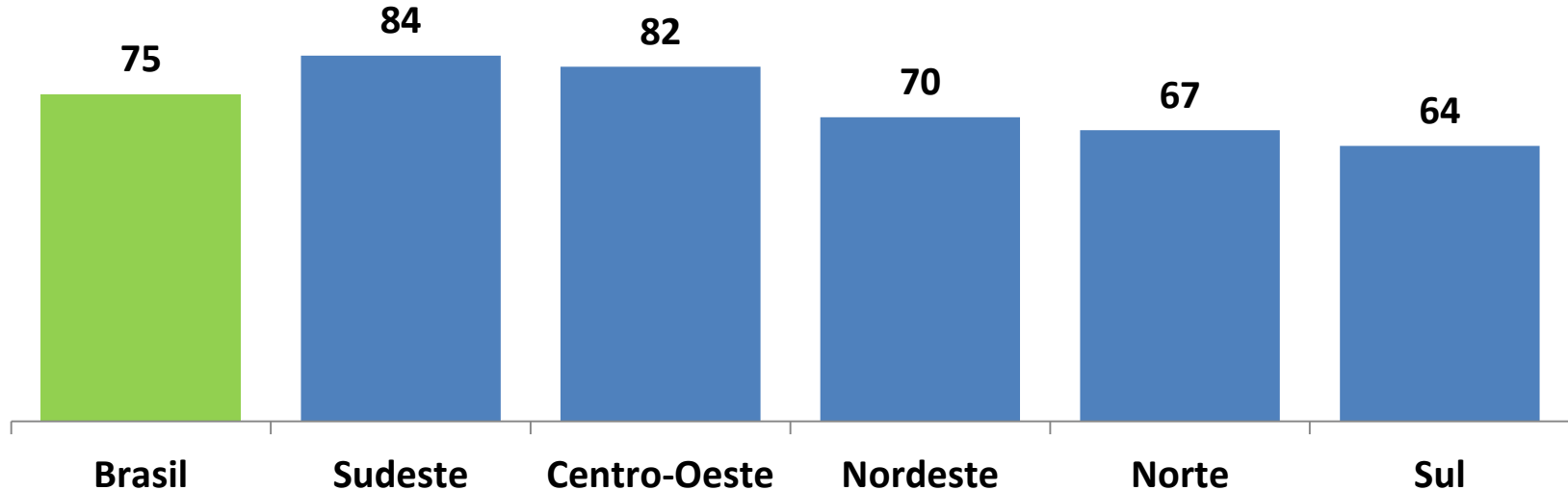


DOMICÍLIOS COM UMA PESSOA

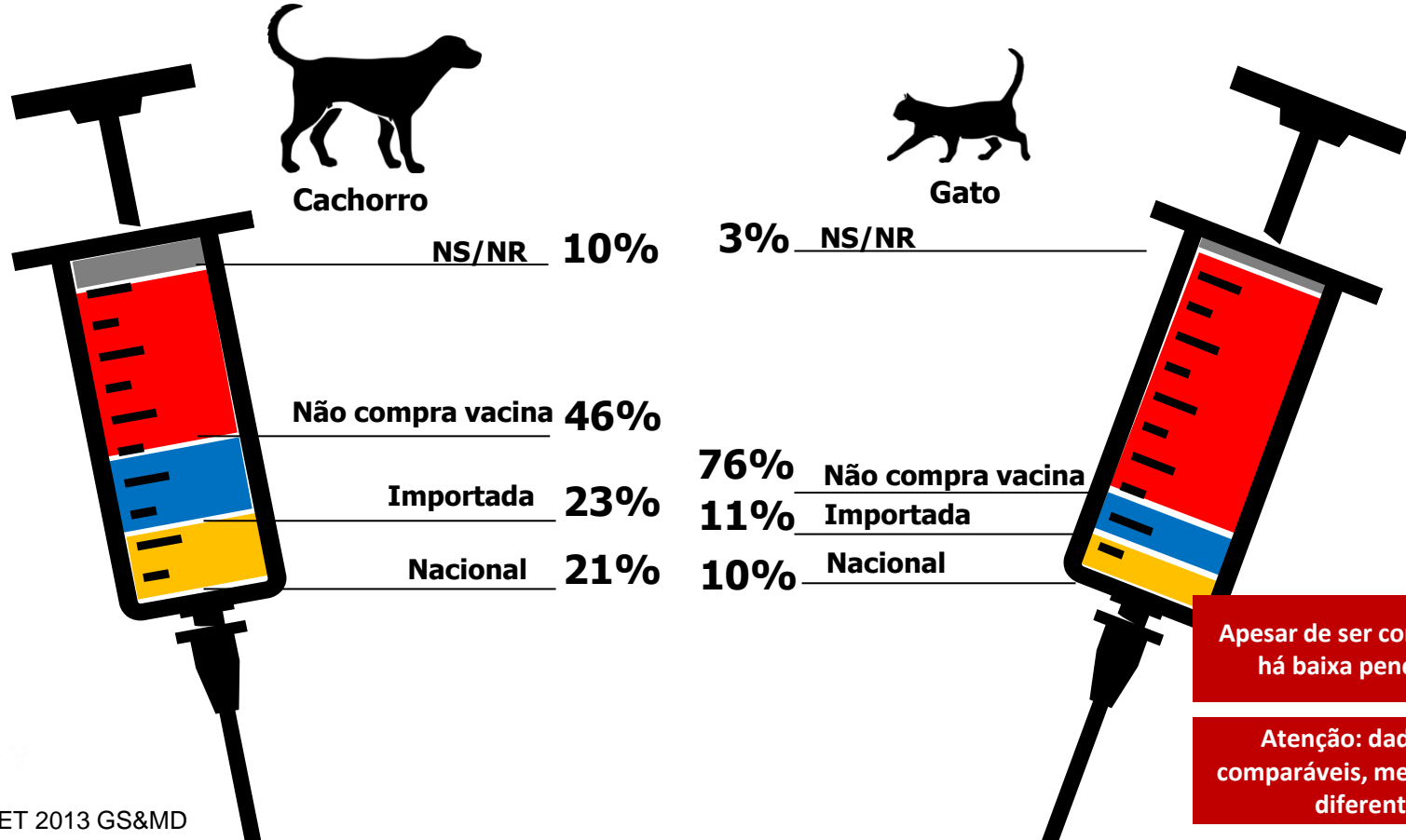


+ 35%
De 2000 a 2010

Proporção de domicílios com todos os gatos e cachorros vacinados contra raiva no último ano – Brasil e Regiões



Os estudos da GS&MD apontam uma penetração significativamente menor



Apesar de ser compulsório,
há baixa penetração

Atenção: dados não
comparáveis, metodologias
diferentes



CACHORRO



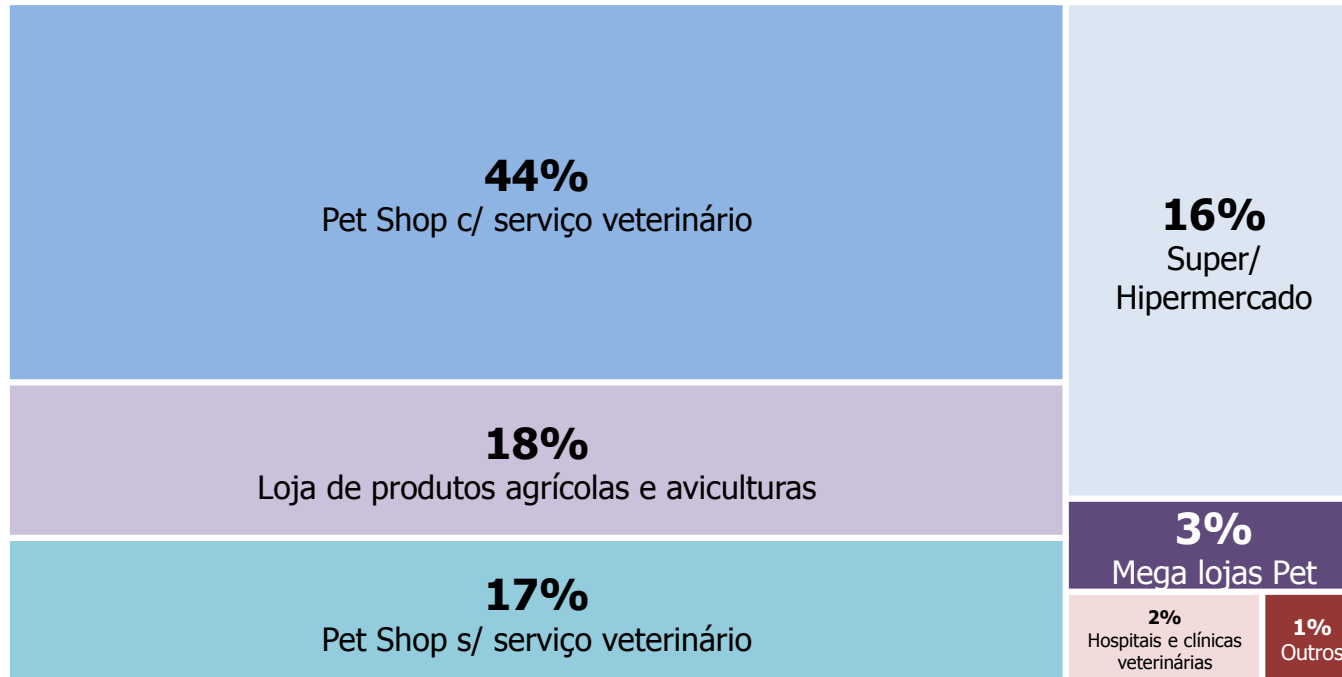
GATO

- Vacinas**
- Serviços veterinários**
- Antipulgas**
- Carrapaticidas**
- Vermífugos**

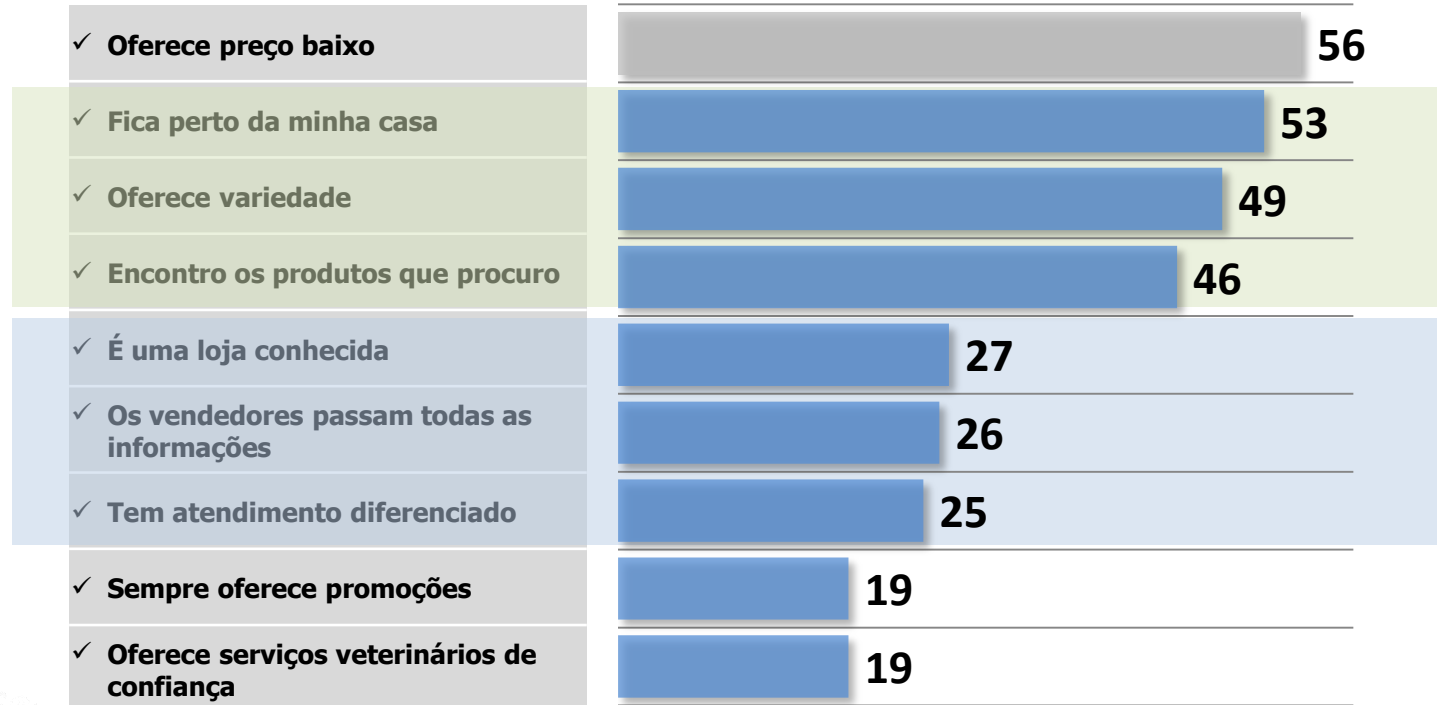
	Consumo	Frequência
Vacinas	49%	2x/ano
Serviços veterinários	70%	5x/ano
Antipulgas	64%	5x/ano
Carrapaticidas	49%	5x/ano
Vermífugos	40%	4x/ano

	Consumo	Frequência
Vacinas	22%	2x/ano
Serviços veterinários	46%	2x/ano
Antipulgas	26%	6x/ano
Carrapaticidas	8%	5x/ano
Vermífugos	21%	5x/ano

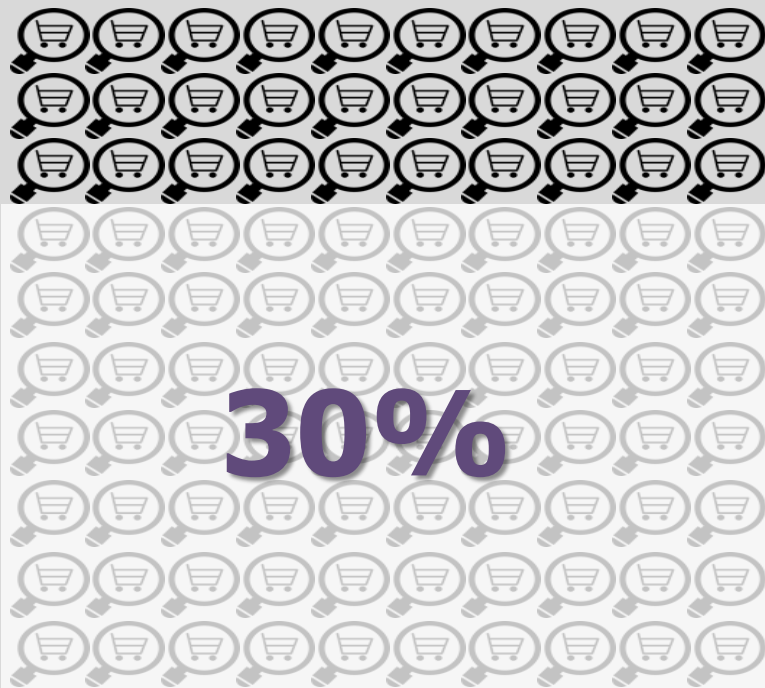
Formato preferido de loja(%)



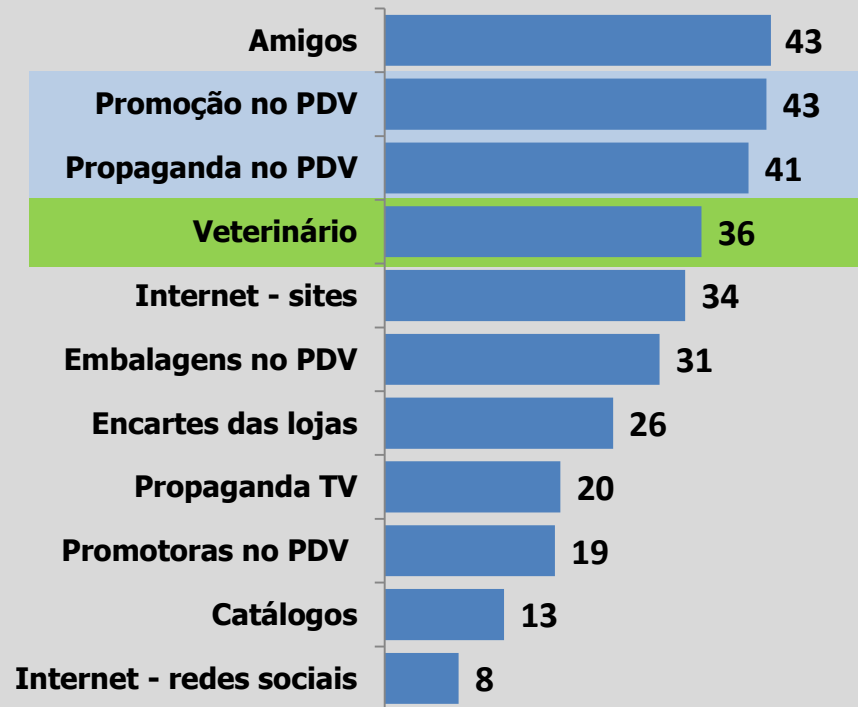
Motivo da preferência (%)



Poucos se informam antes da compra

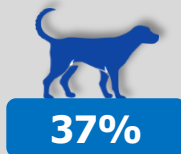


Fontes de informação usadas (%)



36% consideram os veterinários como fonte de informação

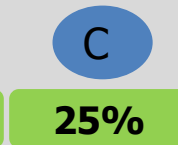
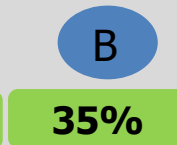
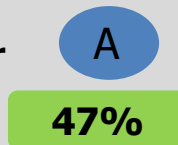
Essa fonte é mais citada entre donos de cães do que donos de gatos para medicamento



48%

Essa fonte também é mais citada quando a proximidade com o cão é maior (pet dorme no quarto)

E para classes sociais com maior poder aquisitivo



Visão geral do mercado

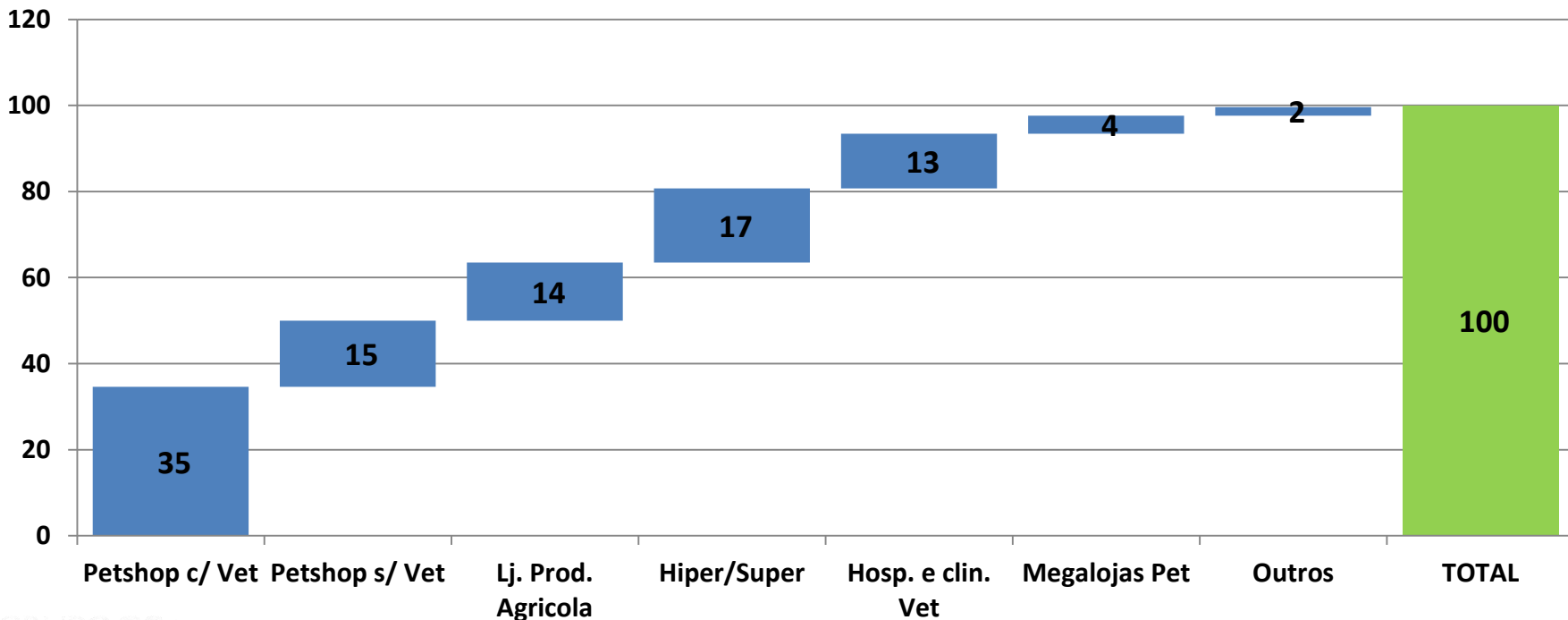
Perfil e hábitos do consumidor

Canal de distribuição

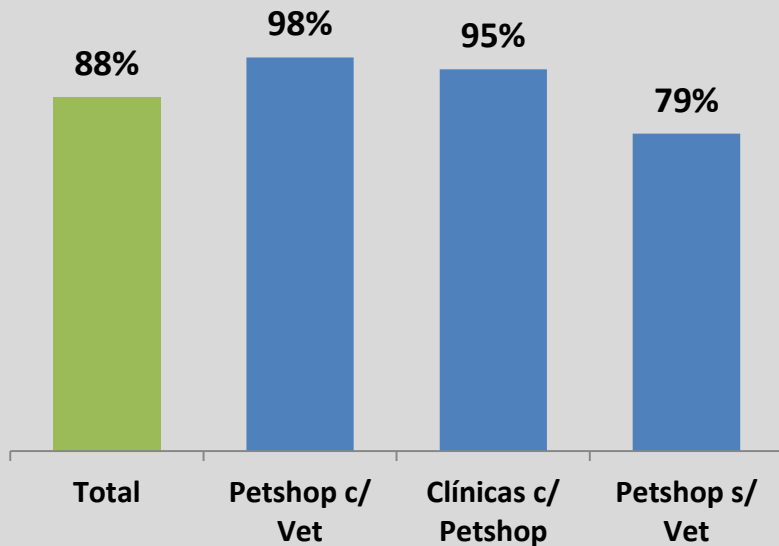
Comparativo com o mercado dos EUA

Desafios e Oportunidades

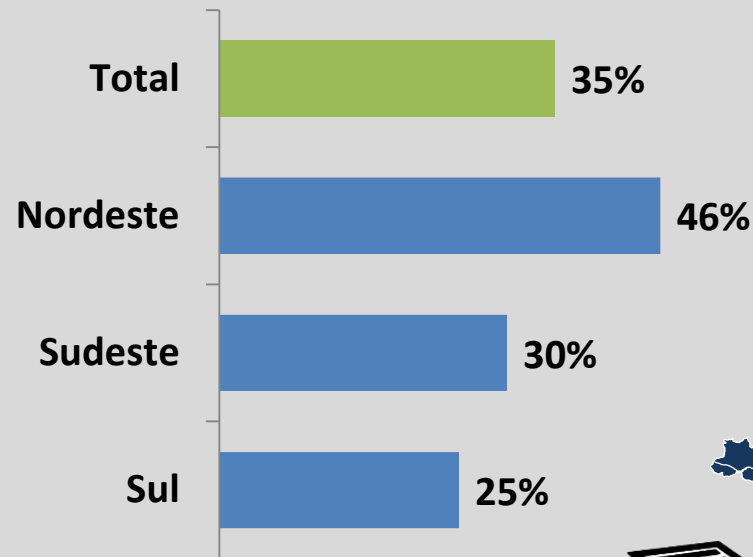
Participação por canal [%]



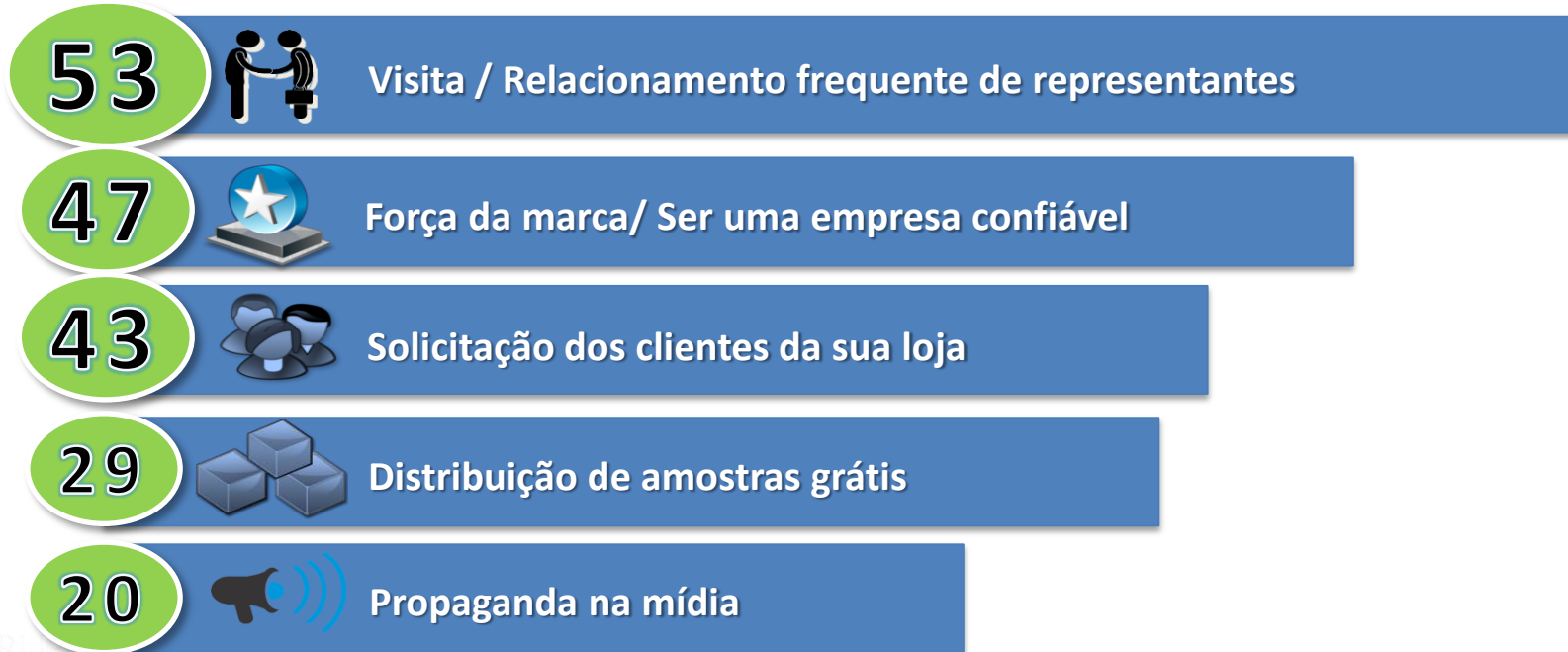
Comercialização de Medicamentos Veterinários por tipo de estabelecimento



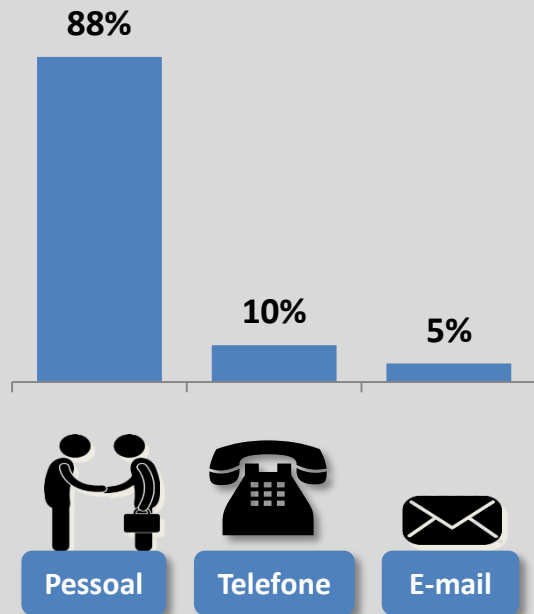
Comercialização de Medicamentos SEM receita



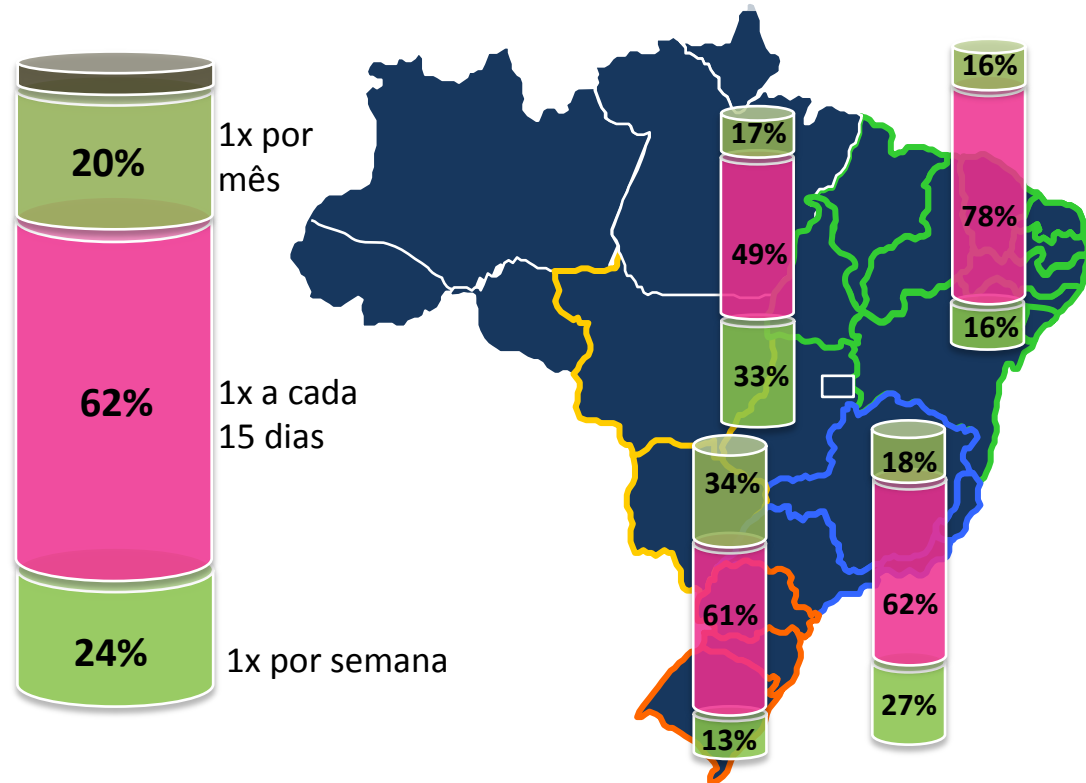
Critérios mais importantes na escolha dos produtos vendidos na loja... (%)



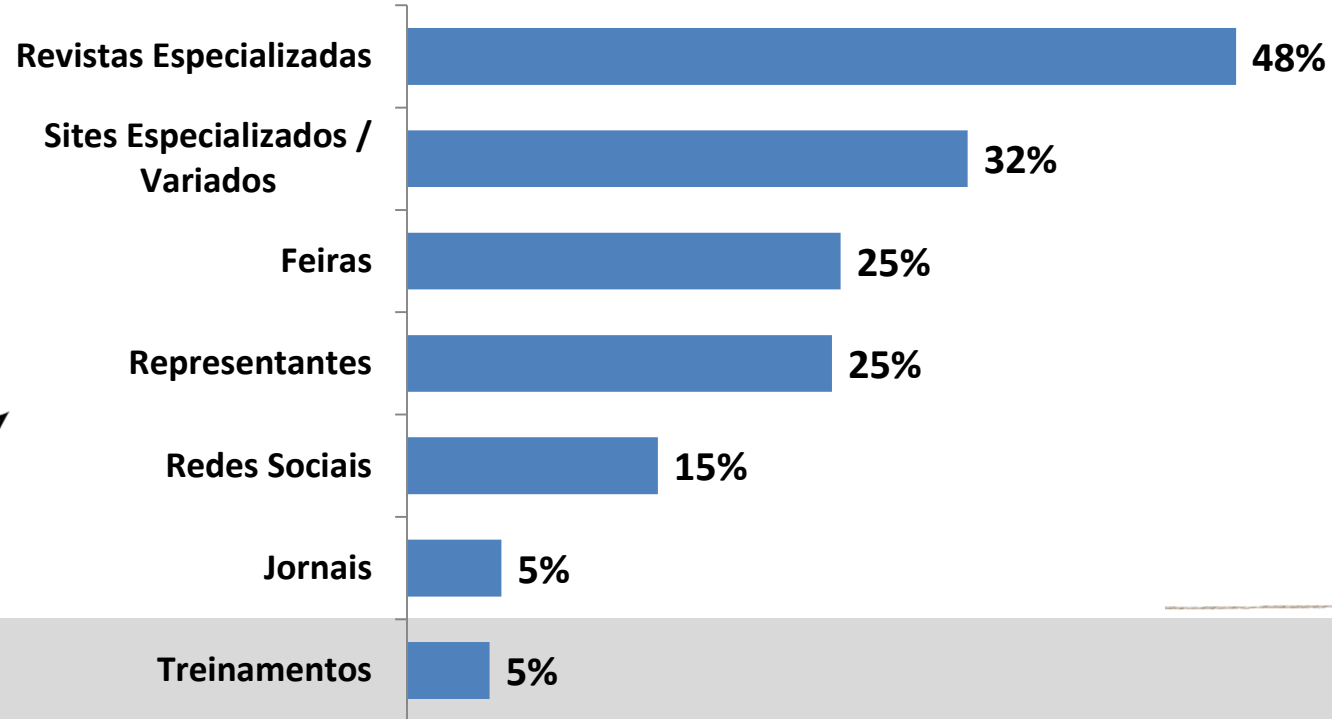
Melhor meio de contato



Frequência que gostaria de ser atendido pelo fornecedor

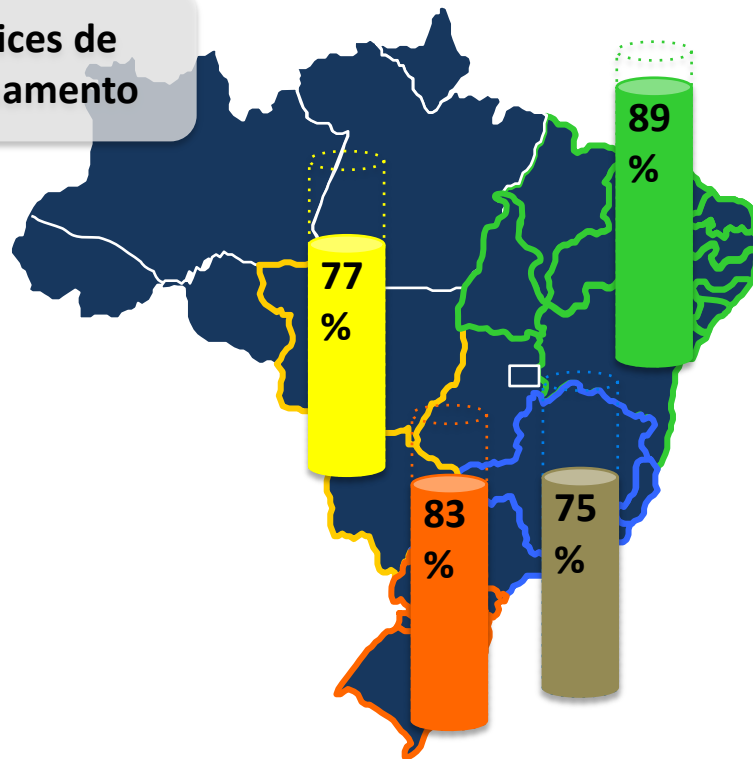


Principais fontes de informações





Índices de treinamento



Visão geral do mercado

Perfil e hábitos do consumidor

Canal de distribuição

Comparativo com o mercado dos EUA

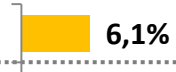
Desafios e Oportunidades

Média 2003-2013

Total 2014

Acumulado 2015

Varejo Restrito



Média 2003-2013

Total 2014

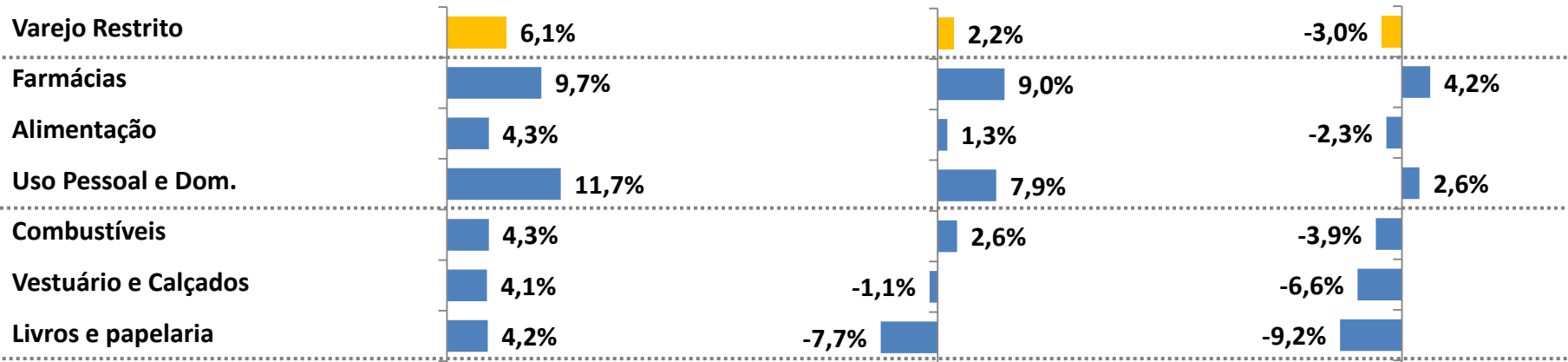
Acumulado 2015

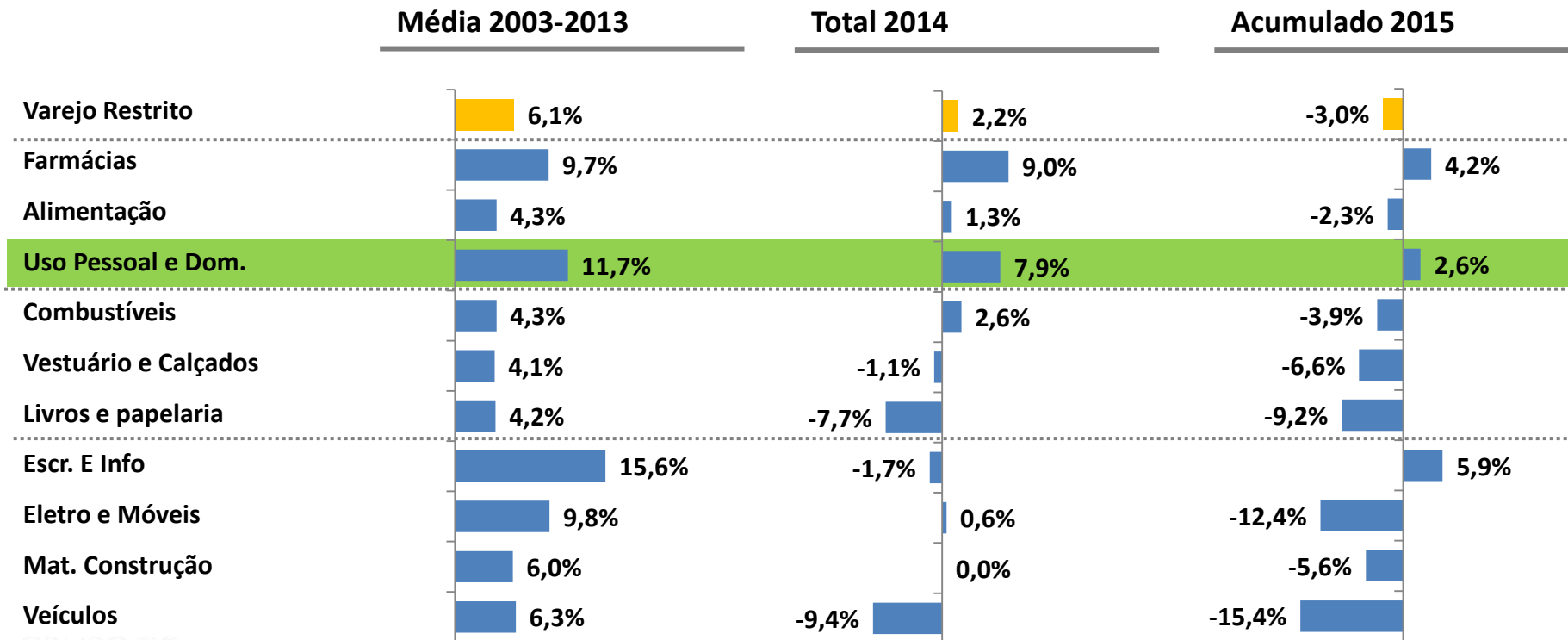


Média 2003-2013

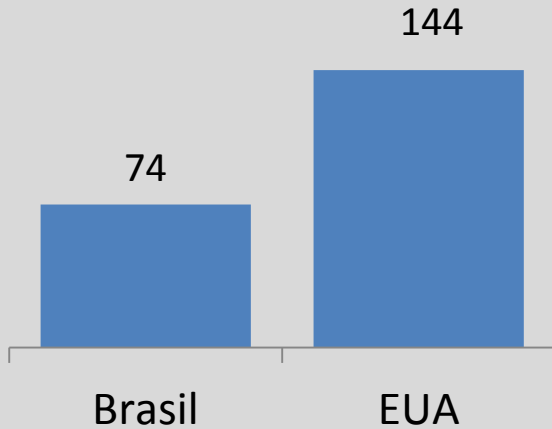
Total 2014

Acumulado 2015

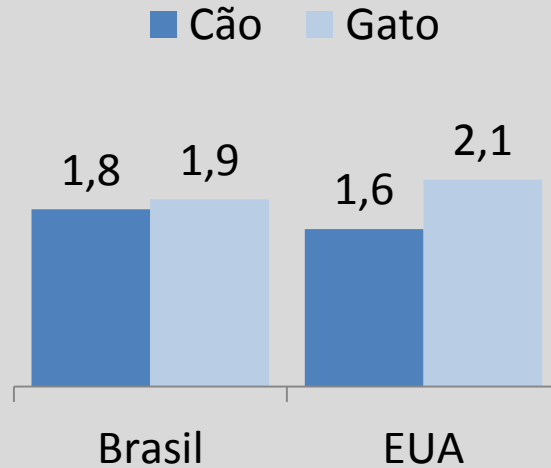




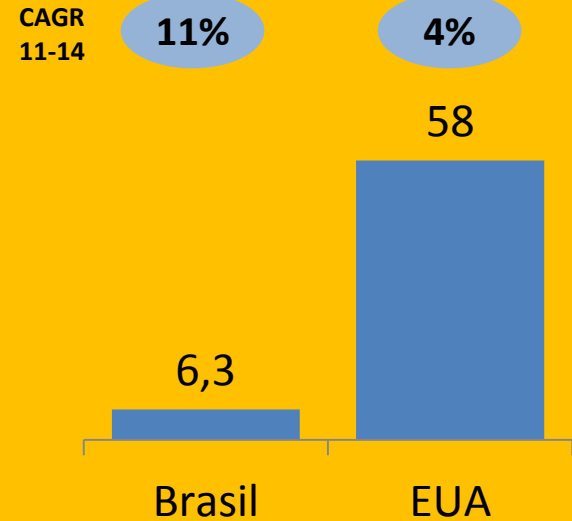
Número de cão + gato 2013



Média de cão e gatos por domicilio - 2013



Faturamento USD bi 2014



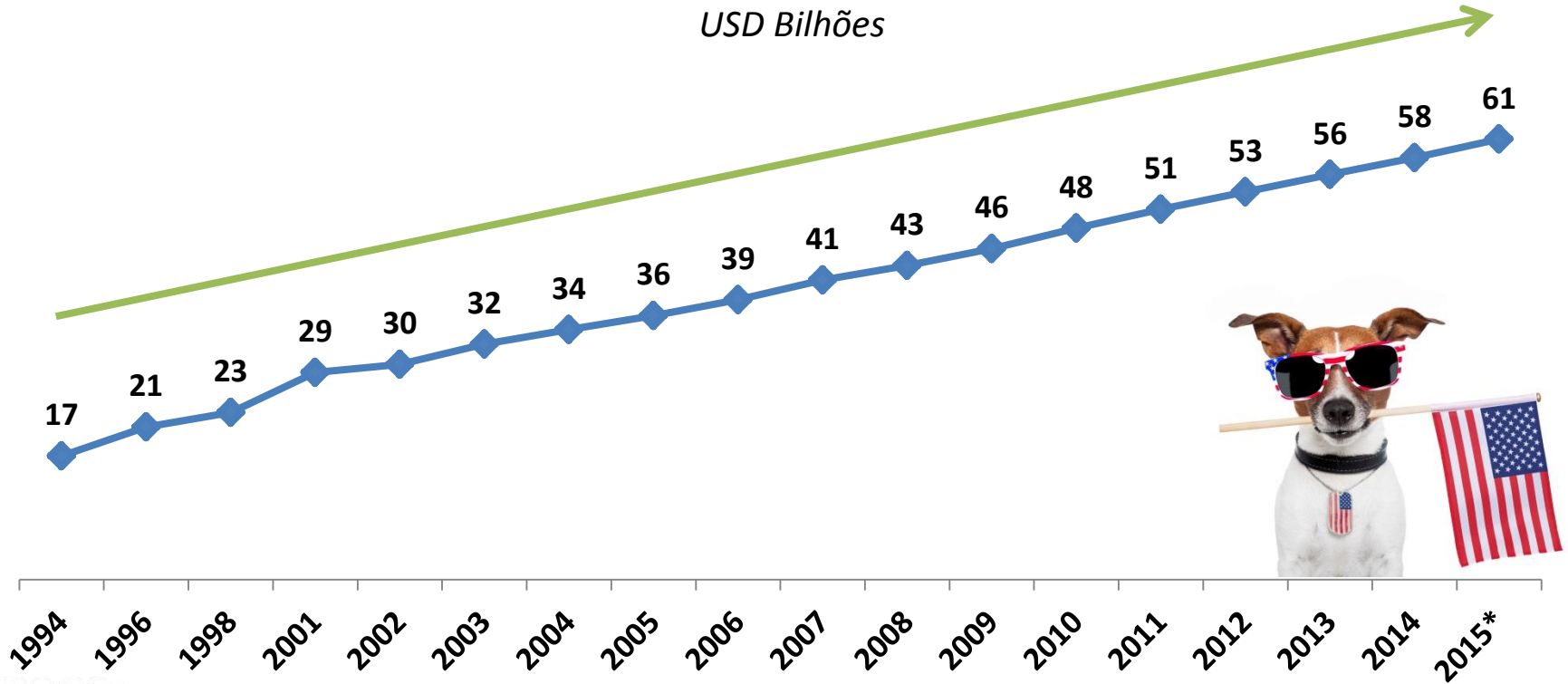
US\$ 1,0 = R\$ 2,64 – dólar de dezembro de 2014

* Estimativa

Fonte: Pet Products Association's annual report, Abinpet, IBGE

O mercado norte americano, apesar de maduro ainda apresenta ganhos expressivos

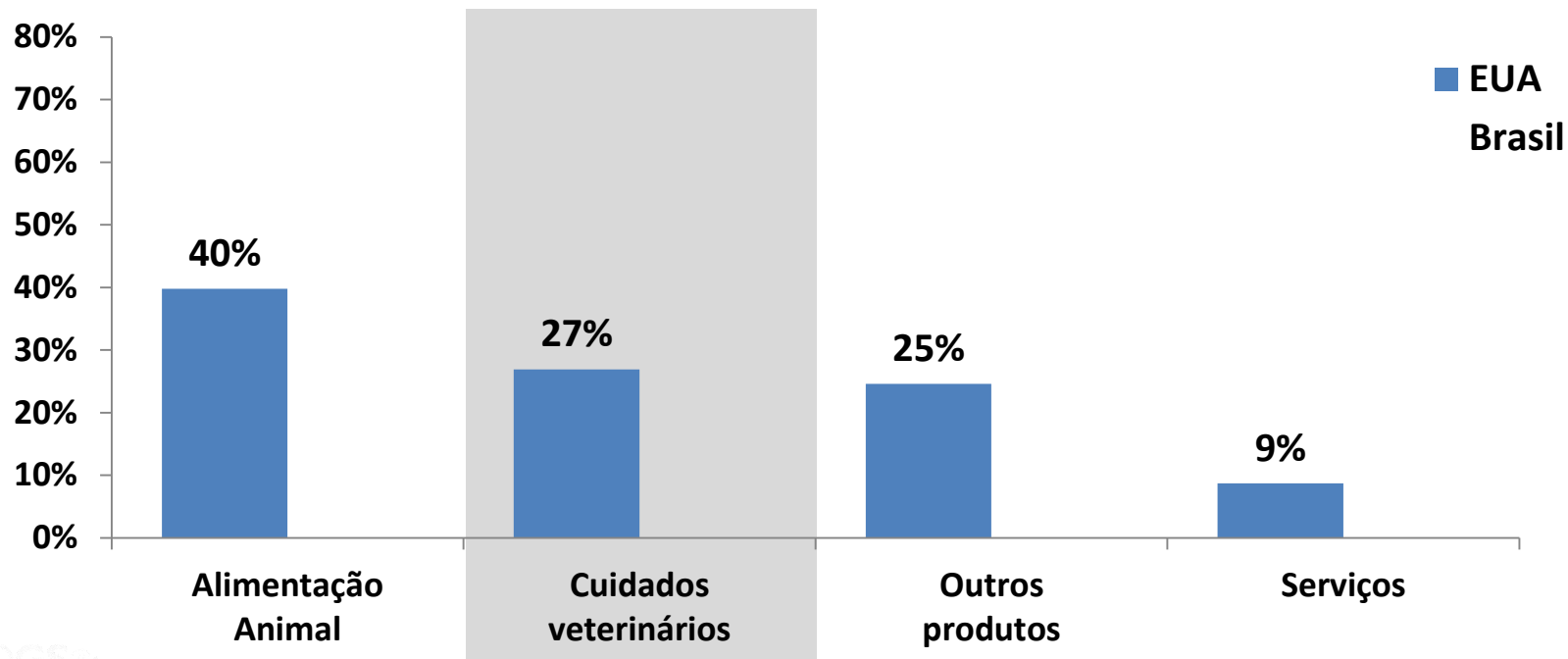
Consumo no mercado Pet – EUA
USD Bilhões



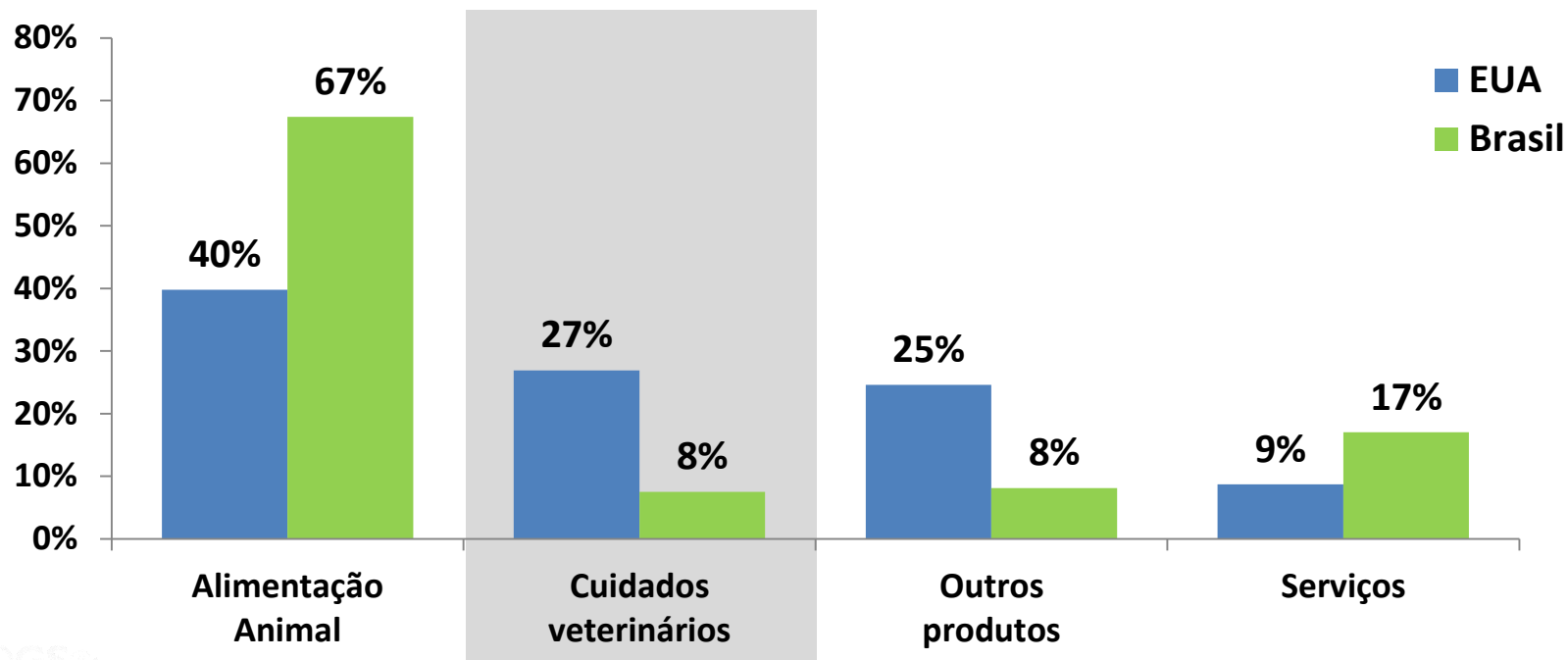
* Estimativa

Fonte: Pet Products Association's annual report

Share do mercado Pet por categoria [%]

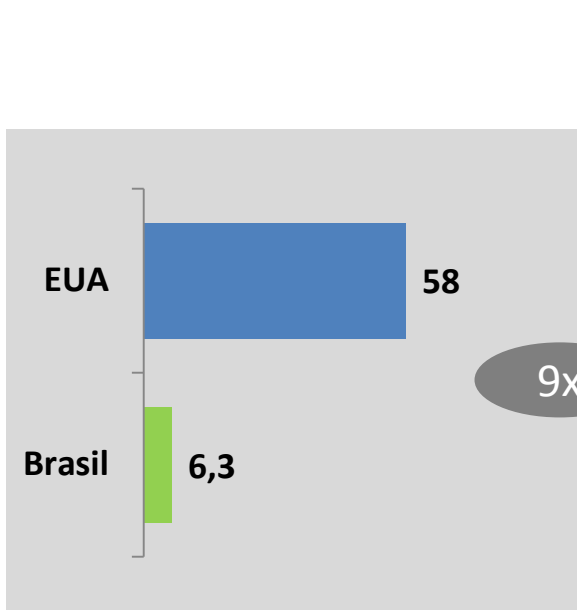


Share do mercado Pet por categoria [%]



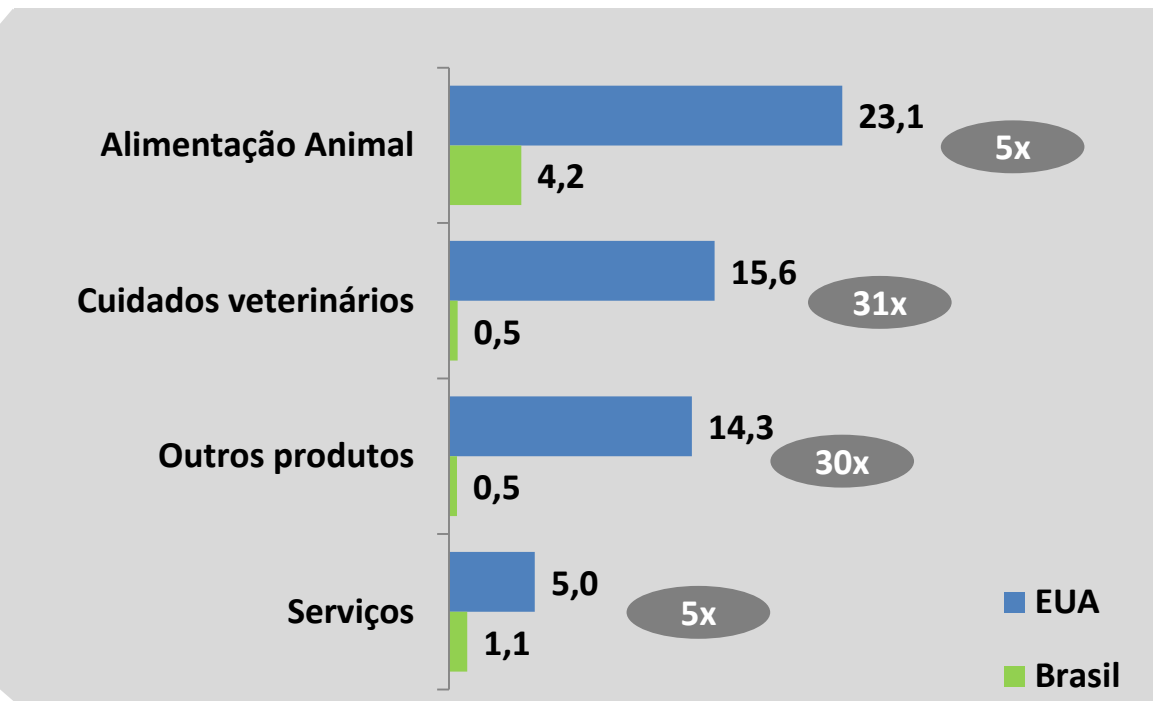
Tamanho do mercado

[USD Bi, 2014]



Tamanho do mercado por categoria

[USD Bi, 2014]



Visão geral do mercado

Perfil e hábitos do consumidor

Canal de distribuição

Comparativo com o mercado dos EUA

Desafios e Oportunidades

O Brasil é o **segundo maior mercado** Pet do mundo

Mas ainda tem **espaço para crescimento e amadurecimento**

Principalmente na **diversificação das categorias** de consumo

Os **consumidores** ainda não ainda **se informam pouco** antes da compra,

Tomam as suas **decisões** principalmente no **ponto de venda**

E os **balconistas e veterinários** são **grandes influenciadores** na compra

O **canal preferido** para a compra de produtos Pet são os **Petshop com e sem veterinários**

No PDV, os fatores chave para o sucesso são a **presença da indústria, força da marca e merchandising**



Gouvêa de Souza

Av. Paulista, 171 - 10º andar
Paraíso - 01311-904 - São Paulo - SP
Fone: (11) 3405-6666 | Fax: (11) 3263-0066
gsmd-de@gsmd.com.br | www.mercadoeconsumo.com.br
www.gsmd.com.br

Ebeltoft Group
International Retail Experts

Ourofino Day

Animais de Companhia

*Verônica Martins
Diretora Pet*





Novo *status* do pet no Brasil



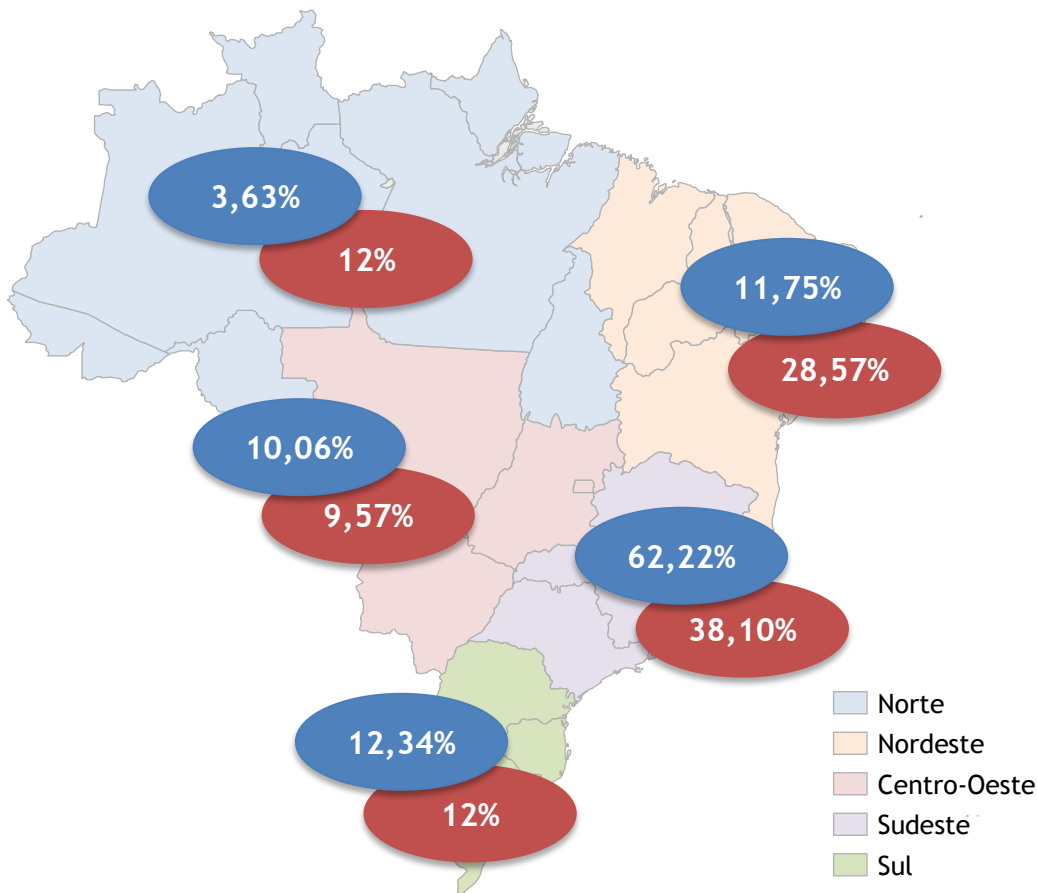
Drive emocional

- Mudança no perfil das famílias brasileiras
- Aumento do poder de compra da população brasileira
- Aumento da expectativa de vida das pessoas
- Avanço nos tratamentos e diagnósticos na Medicina Veterinária
- Aumento da expectativa de vida dos pets

- Proximidade com o médico-veterinário
- Estreito relacionamento com os principais clientes e formadores de opinião do setor
- Contribuir com a formação e aperfeiçoamento de toda a cadeia
- Produtos bem posicionados no mercado, em suas classes terapêuticas
- Agilidade comercial



Modelo de Operação Participação por região 9M15



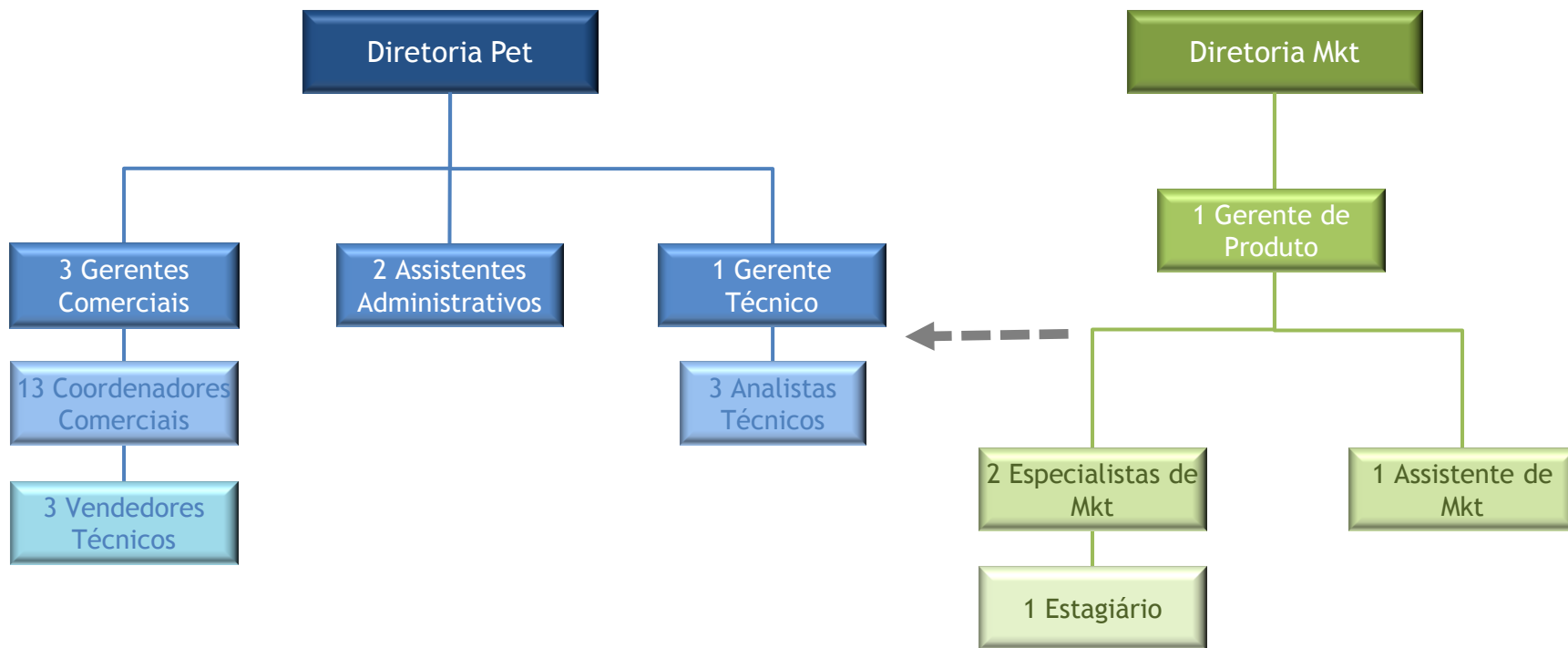
Participação em R\$



Participação em nº de distribuidores

- Cobertura de 100% do território brasileiro: 22 estados
- 95% da comercialização/distribuição: áreas fechadas e exclusivas
- 1 único cliente VD: Cobasi
- Maior distribuidor possui 7% de participação

- Participação Média Ourofino: 62%
- Ourofino como 1º fornecedor: 60% (25 distribuidores)
- 300 vendedores/supervisores
- 60 promotores técnicos para geração de demanda
- Crescimento de *sell out*: 22,5%



 26 Marcas comerciais

 36 Produtos

 82 SKUs

Linha Terapêutica



Linha OTC: Linha Proteção



Modelo de Interface com os influenciadores

 2 grandes influenciadores

 Tipo de produto

Prescrição: veterinários

OTC: balconistas

Modelo de Interface com o consumidor final

- Proprietário do cão e do gato
- Relacionamento recente
- Decisão no PDV
- Mudança no perfil do consumidor
- Grandes oportunidades

Ações de demanda com consumidor final



Outdoor em Ribeirão Preto



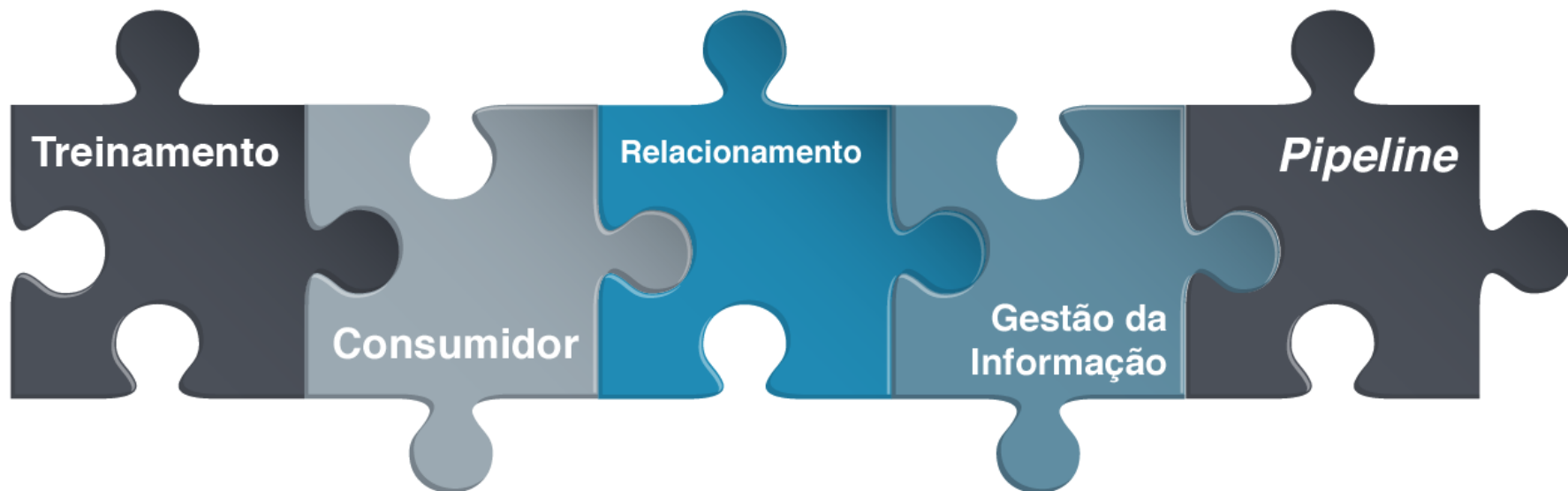
Busdoor no MS



Ação de PDV com mascote Byte



Ação de PDV com demonstradora



- Ganho de *market share* nas linhas de ectoparasiticidas
- Cobertura de mercado (*pipeline*)
- Ações táticas para aumento de positivação
- Ações para aumento de mix de produto

Tendências:

- Produtos para gatos
- Terapêuticos
- Prevenção: Biológicos
- Diagnósticos

Portfólio atual
representa 42%
do mercado



Portfólio 2020
representará
75% do mercado

- Definição e acompanhamento dos principais KPIs do negócio
- Análise de área x potencial
- Easy Connect*

PERFIL GERAL

ANÁLISE DE VENDAS

PREÇO MÉDIO

ANÁLISE GEOGRÁFICA

ESTOQUE

PARTICIPAÇÃO

ANÁLISE POR VENDEDOR

META X REALIZADO

%

✓

LIMPAR

- SKU
- FAMILIA
- DISTRIBUIDOR
- VENDEDOR
- PDV
- REGIONAL
- TIPO OPERAÇÃO
- SITUAÇÃO VENDA

Distribuidores Ativos
38

SellOut (R\$)
9.669.969,96

Positivização PDV %
44,94%

Mix de Produto
11,99%

Seleções Atuais

TIPOPERIODO CORRENTE
 ANO_PERIODO 2015
 MES_PERIODO set
 CLASSIFICACAO ALFABÉTICA

ANO

2012	2014
2013	2015

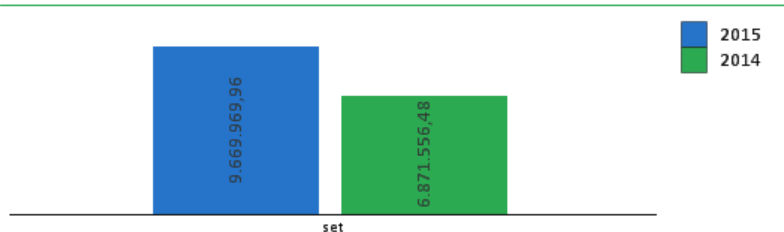
TRIMESTRE

3º	2º
1º	4º

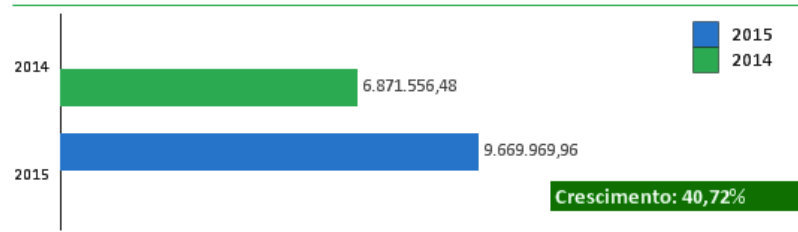
MÊS

set	fev	abr	jun	ago	nov
jan	mar	mai	jul	out	dez

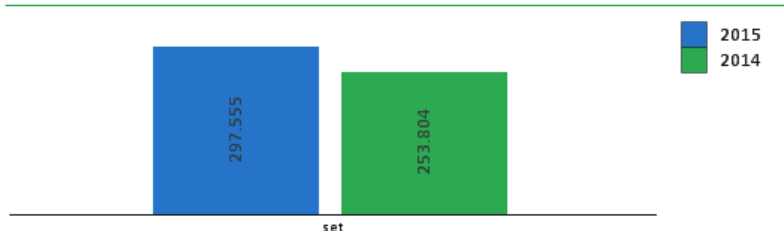
Evolução de Sell Out Mensal (R\$)



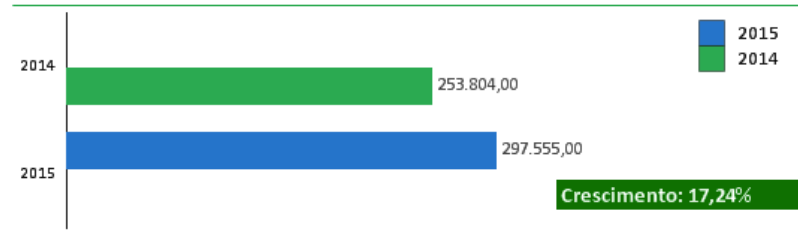
Evolução de Sell Out (R\$)



Evolução de Sell Out Mensal (Unid)



Evolução de Sell Out (Unid)



Características do setor Pet

- Cadeia altamente fragmentada
- Pequenas e médias empresas
- Gestão familiar
- Carência de informação
- Baixa profissionalização e gestão

- Itensificar a aproximação com o consumidor final
- Projetos de treinamentos específicos para o setor
- Estudos de novos Modelos de Venda



MUITO OBRIGADA!

Verônica Martins

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ri.ourofino.com

ri@ourofino.com

Pecuária

Evolução e inserção tecnológica

Maurício Palma Nogueira, engenheiro agrônomo



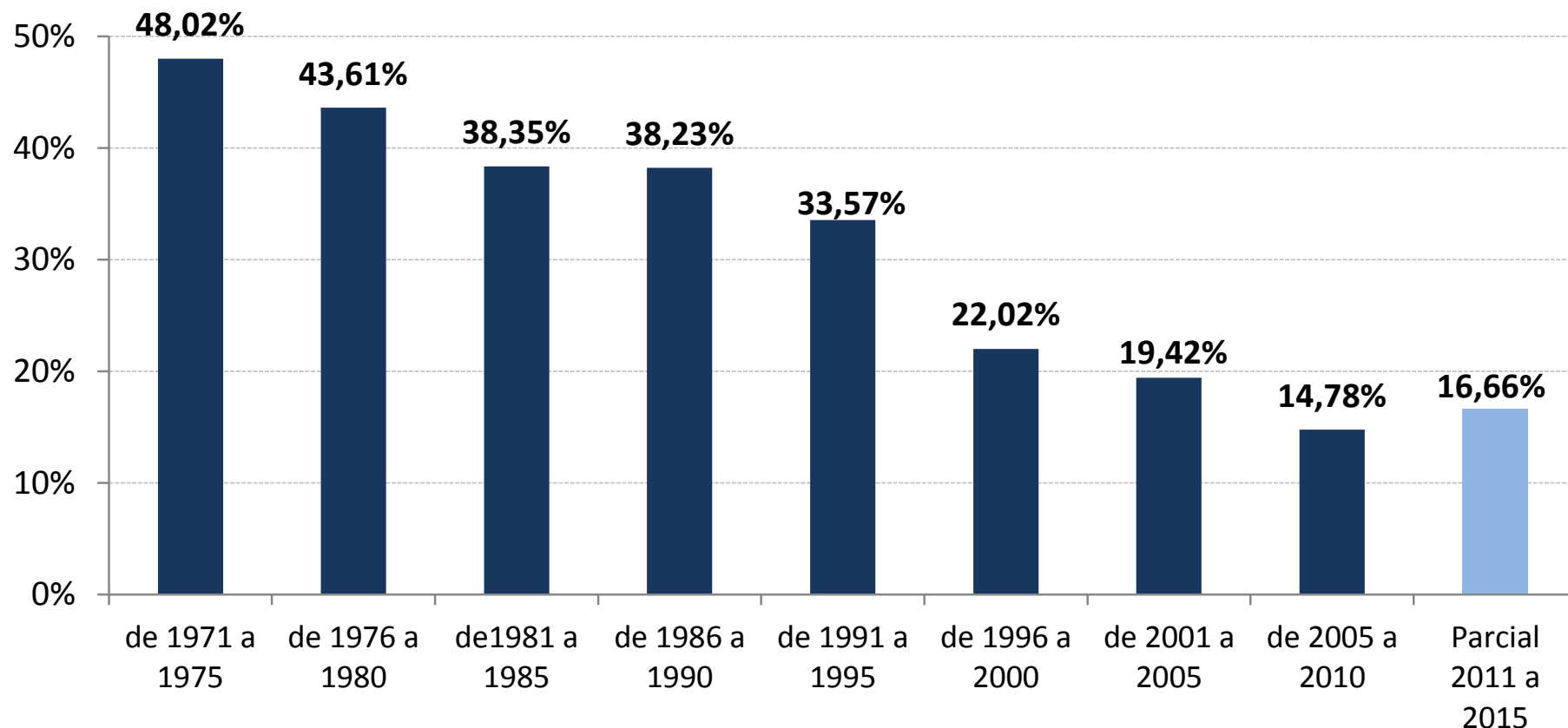
ourofino
saúde animal

HISTÓRICO E TENDÊNCIA DA PECUÁRIA

- Mercado de bezerros explica a história da pecuária
- Queda gradual nas margens dos produtores

O QUE FORÇA A TENDÊNCIA TECNOLÓGICA

Evolução da margem de lucro média na pecuária de corte - por arroba

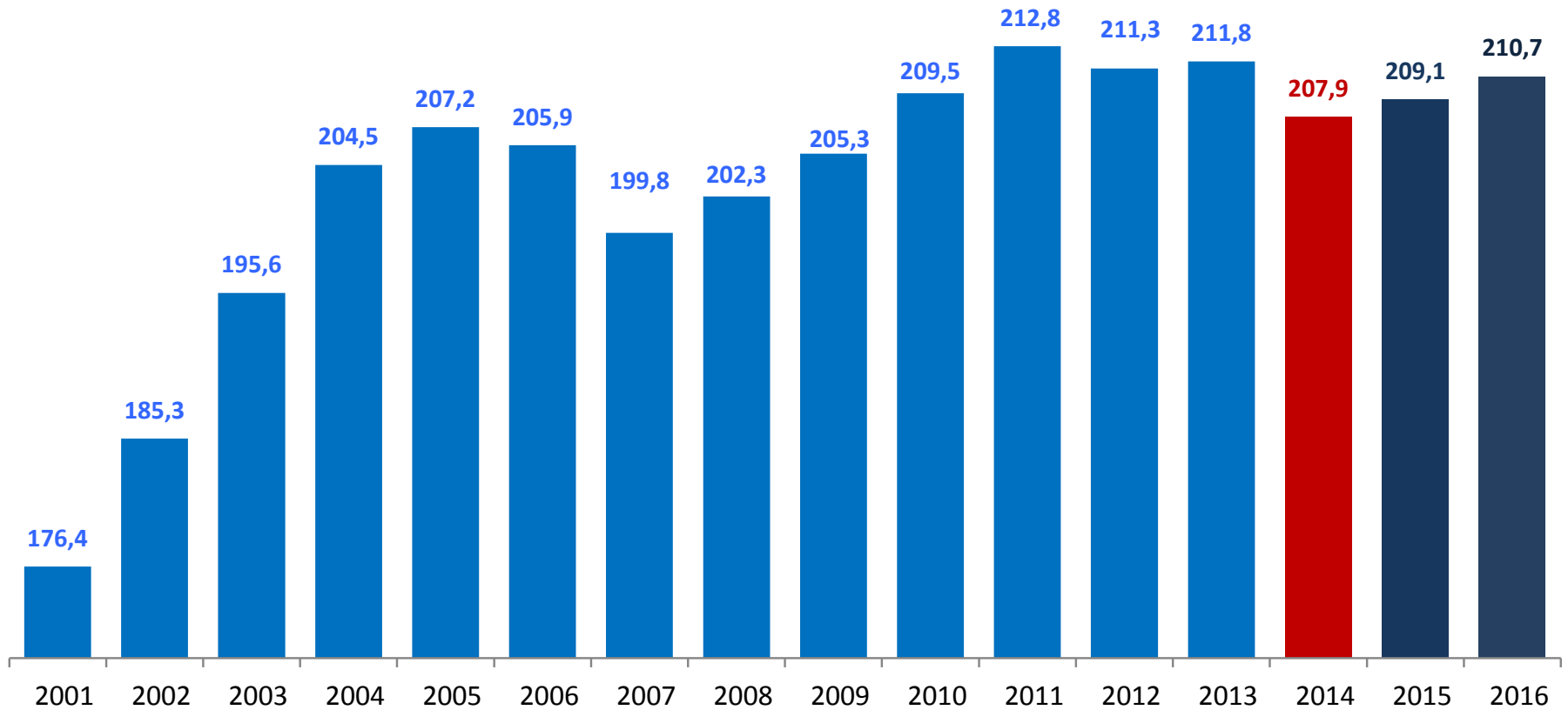


HISTÓRICO E TENDÊNCIA DA PECUÁRIA

- Mercado de bezerros explica a história da pecuária
- Queda gradual nas margens dos produtores
- Pecuária leiteira sofre influência da pecuária de corte
- Aves e suínos incorporam tecnologia mais rápido a partir da década de 1990
- Rebanho já em crescimento

REBANHO VOLTANDO A CRESCER

Milhões de cabeças



HISTÓRICO E TENDÊNCIA DA PECUÁRIA

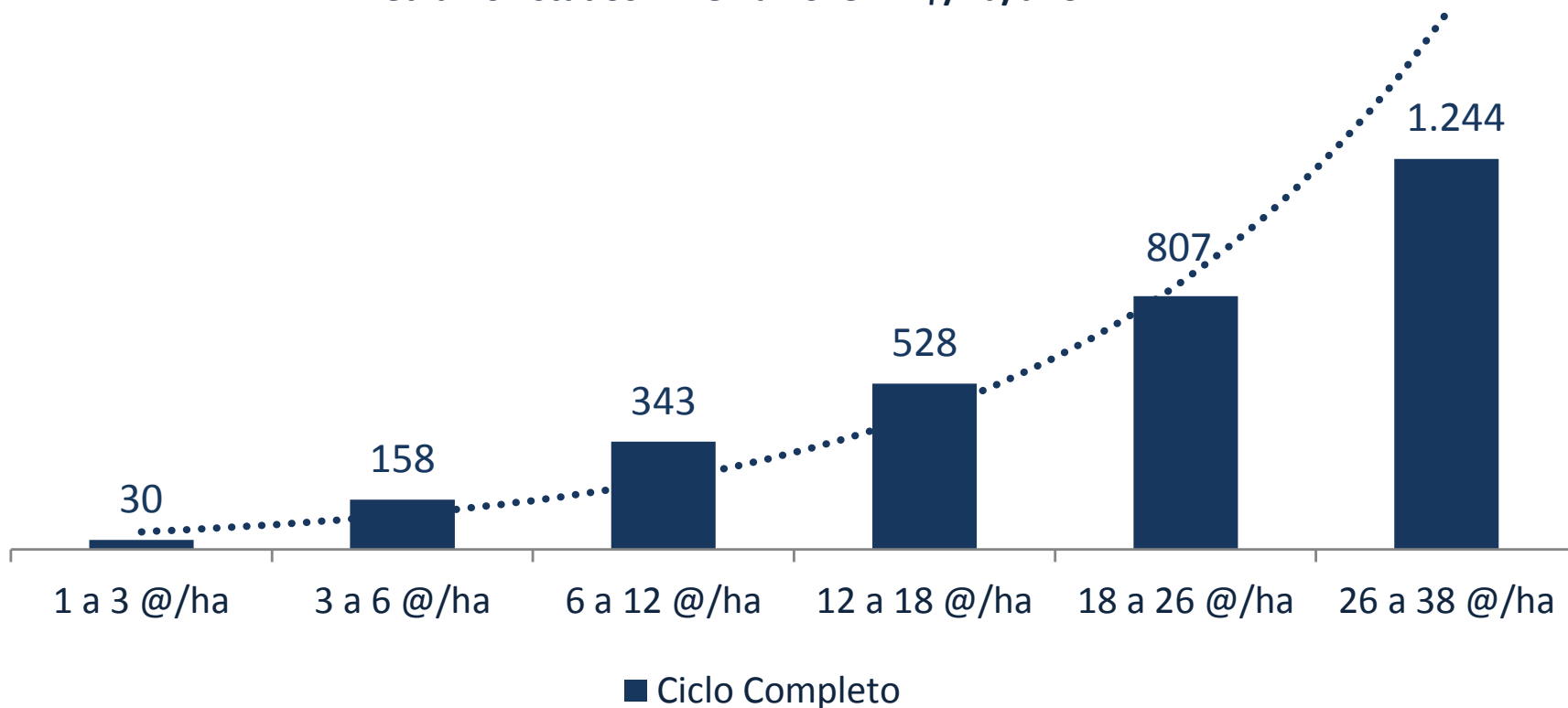
- Mercado de bezerros explica a história da pecuária
- Queda gradual nas margens dos produtores
- Pecuária leiteira sofre influência da pecuária de corte
- Aves e suínos incorporam tecnologia mais rápido a partir da década de 1990
- Rebanho já em crescimento
- Brasil 2015: abate e produção de carne
- **Sustentabilidade e licença da sociedade:** Qual é a verdade?
- Pressão pelo aumento nível de tecnologia

A tecnologia compensa ao produtor?



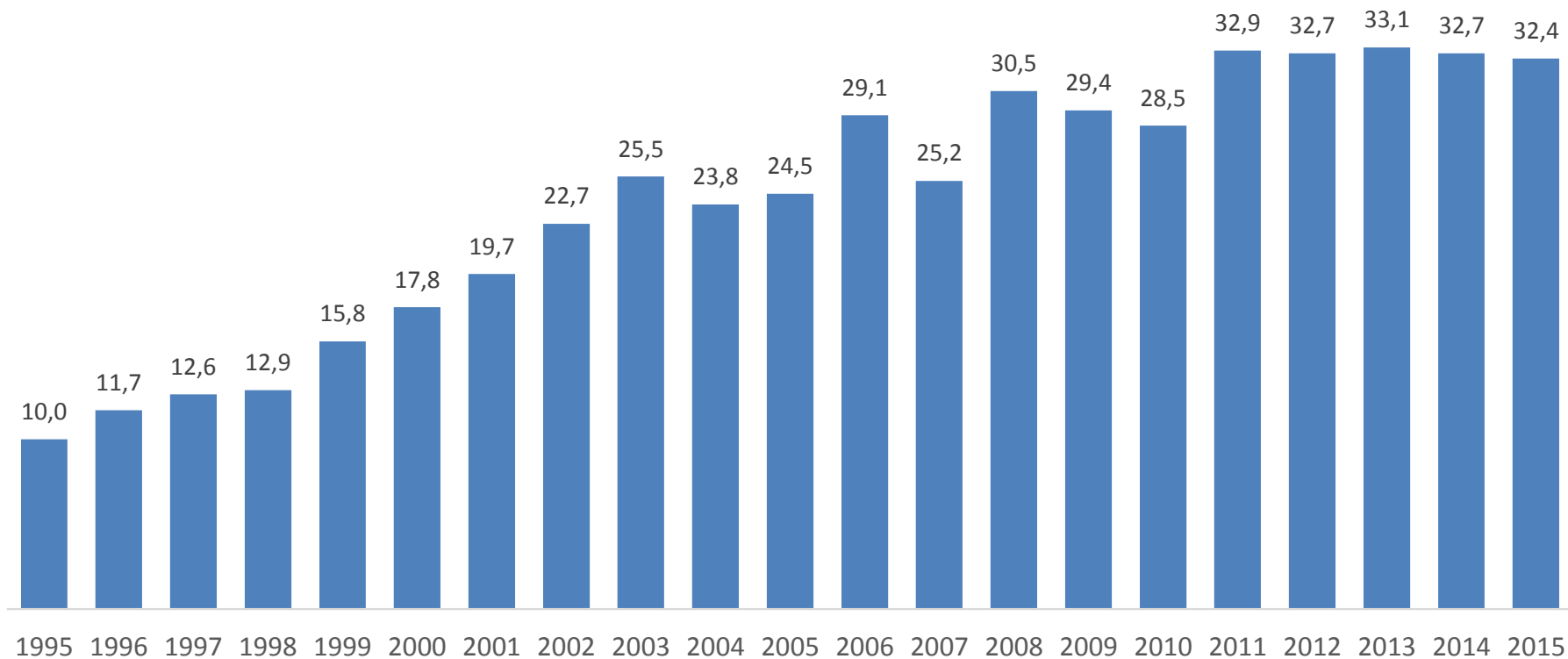
COMPENSA APLICAR TECNOLOGIA?

Análise de lucro operacional/ha por nível de tecnologia
Média 10 Estados - Prévía 2015 - R\$/ha/ano



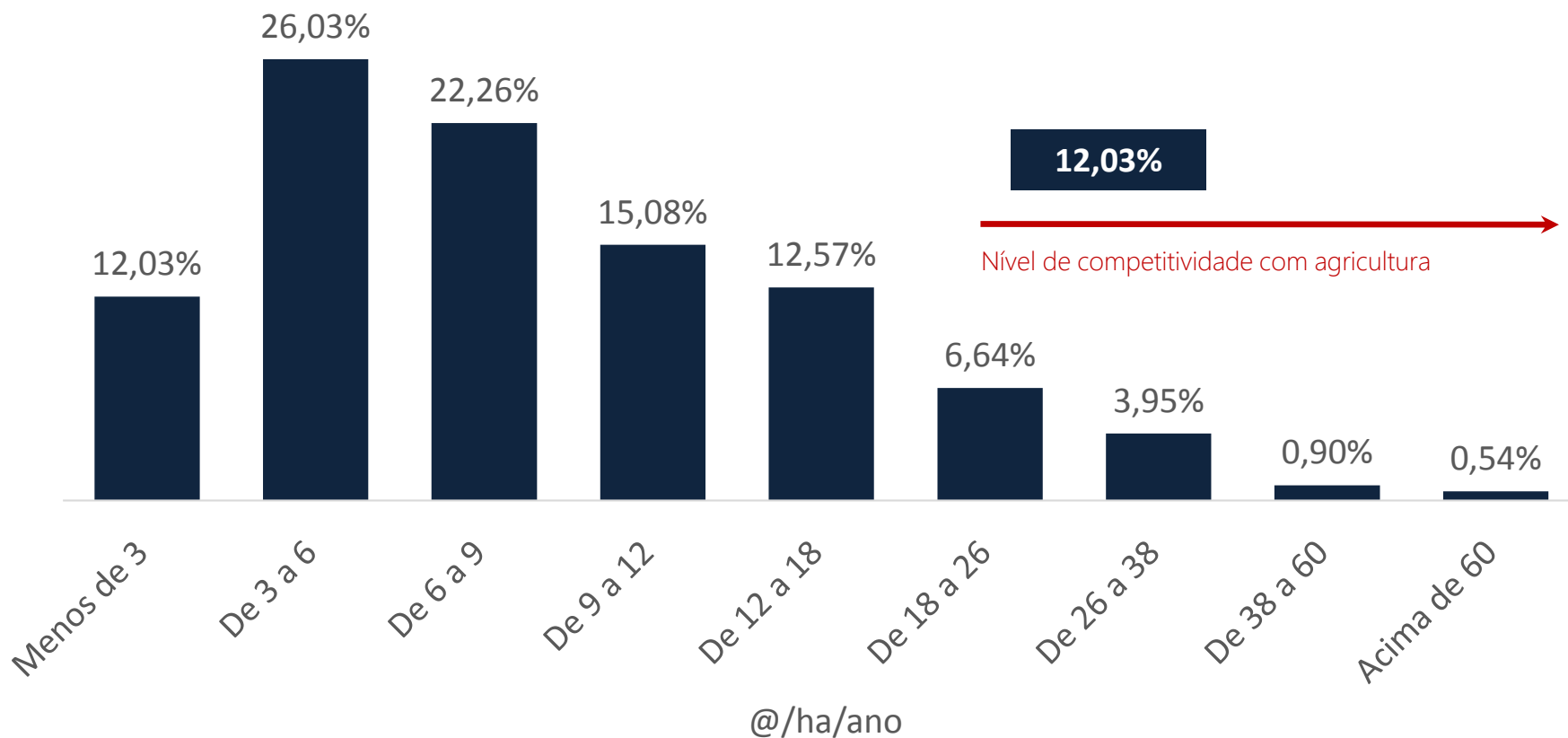
PRODUTIVIDADE NA PECUÁRIA DE LEITE

Demanda em produtividade por hectare para manter a mesma renda de 1995
mil litros/ha/ano



PRODUTIVIDADE – PRODUTORES NO RALLY DA PECUARIA

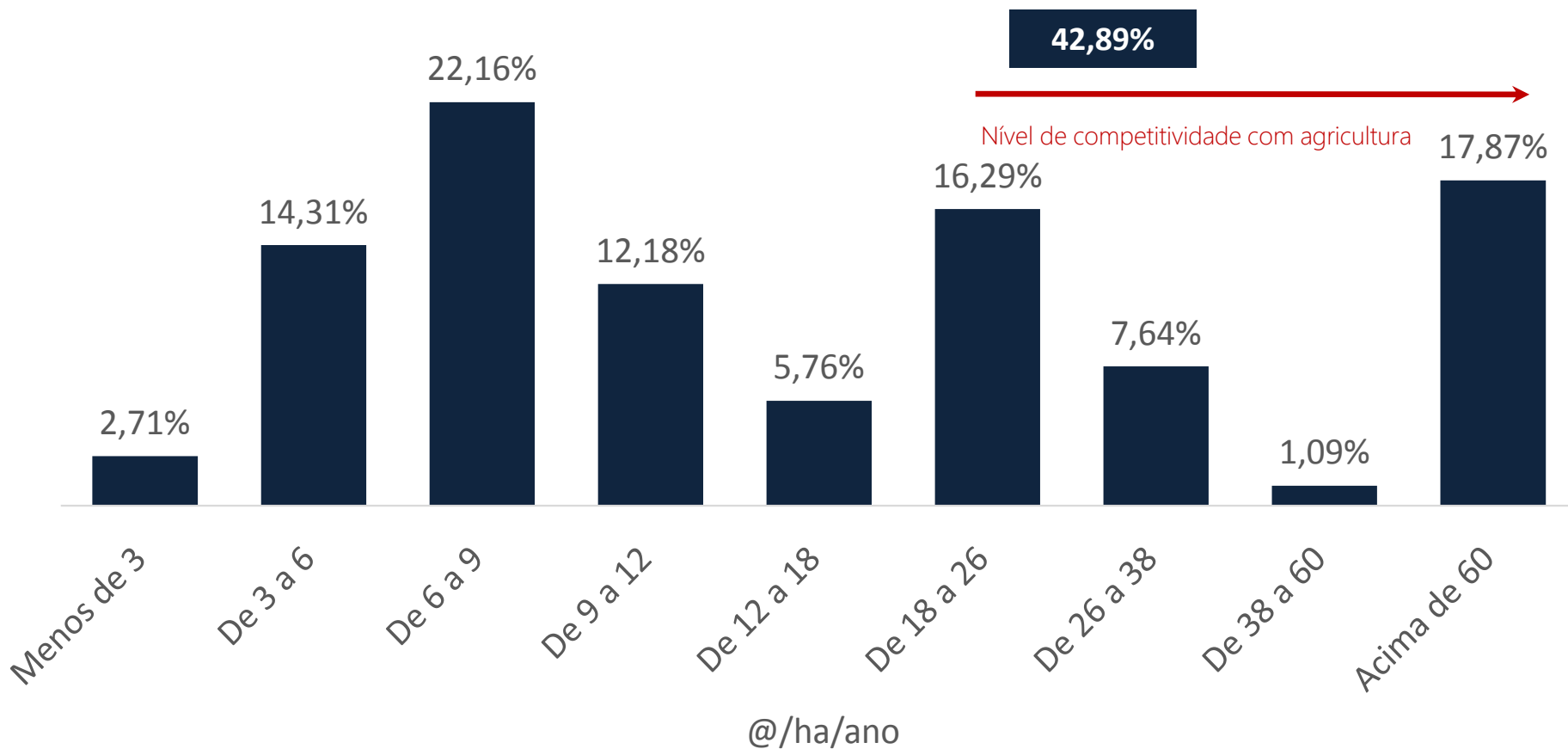
Distribuição dos produtores quanto à produtividade



No campo, produtores estão cada vez mais atentos

PRODUTIVIDADE – PRODUTORES NO RALLY DA PECUARIA

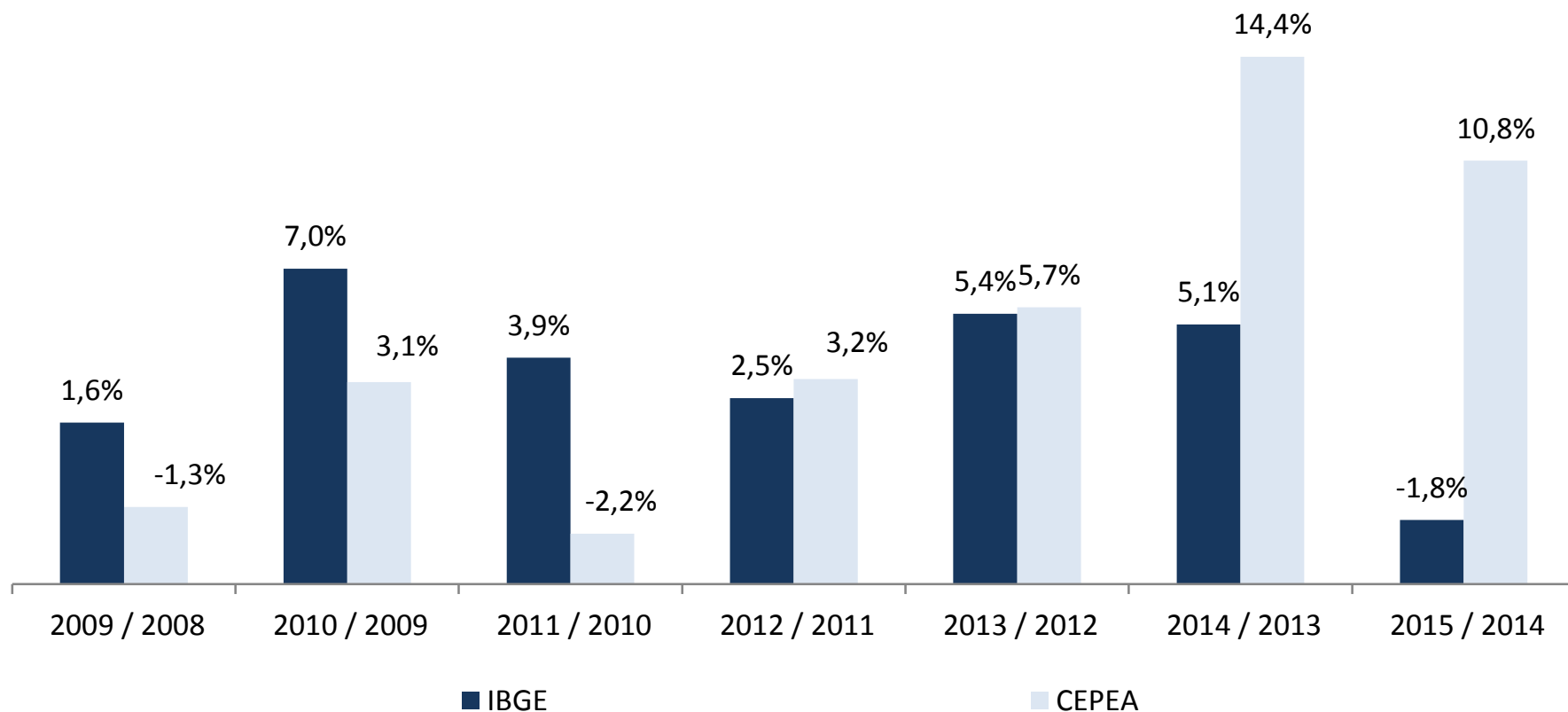
Distribuição do abate quanto à produtividade



No campo, produtores estão cada vez mais atentos

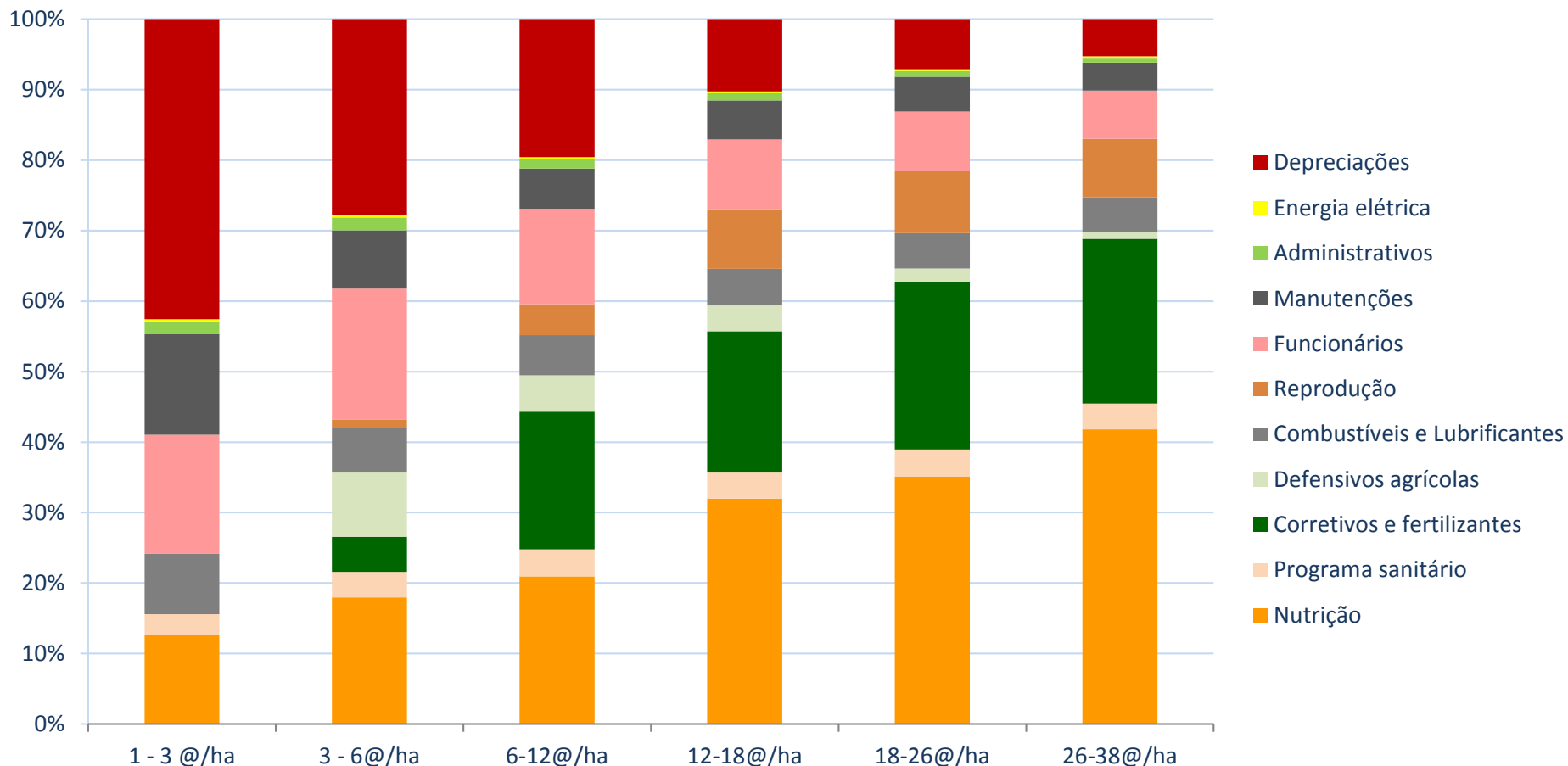
PERFIL PROFISSIONAL DA PECUÁRIA LEITEIRA PODERIA ESTAR MELHORANDO?

Varição da captação de leite quando comparado ao ano anterior



Por que a tecnologia interessa à indústria de insumos ?

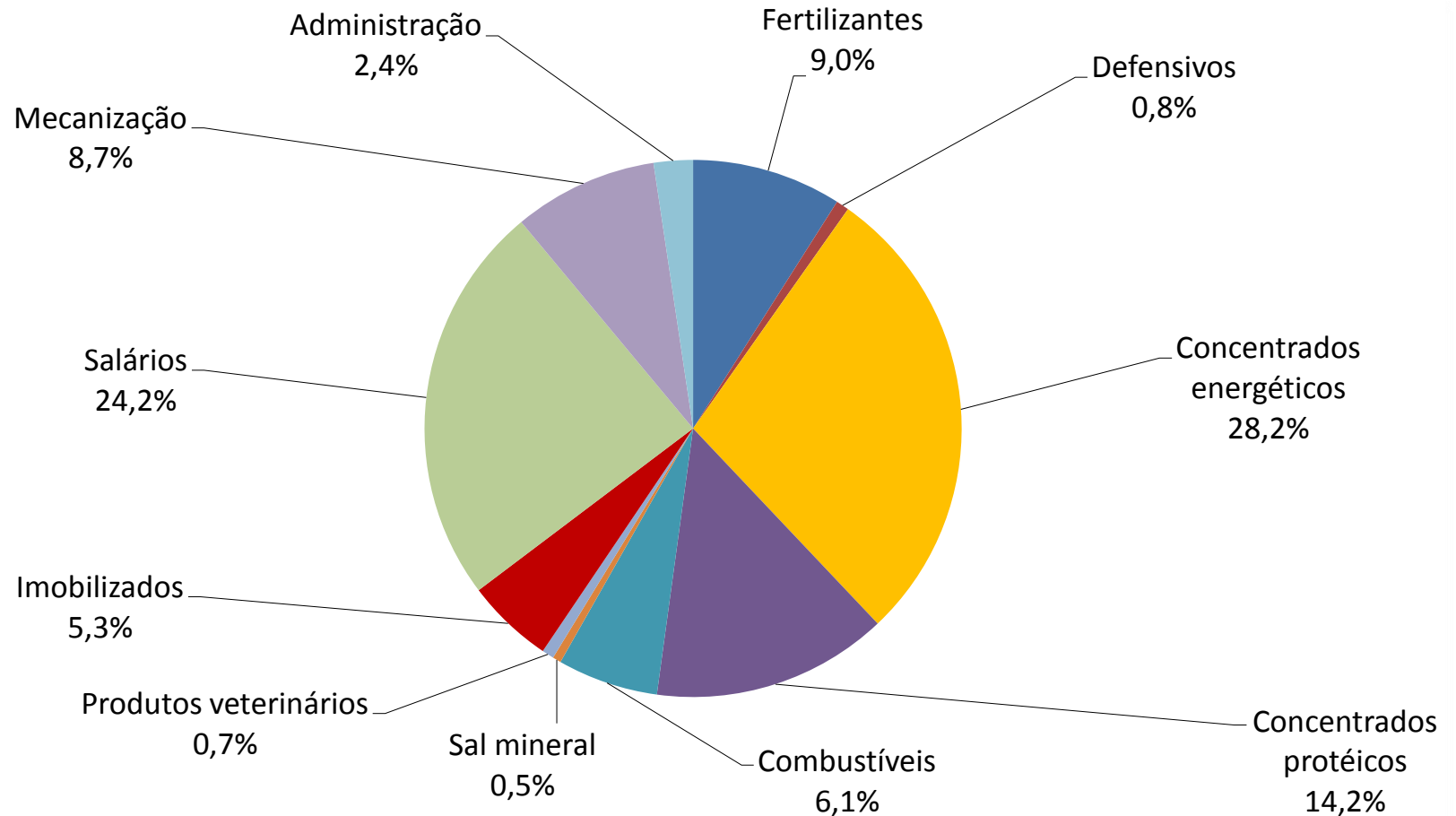
POR QUÊ O AUMENTO DO PACOTE TECNOLÓGICO INTERESSA À INDÚSTRIA?



NA PECUÁRIA LEITEIRA

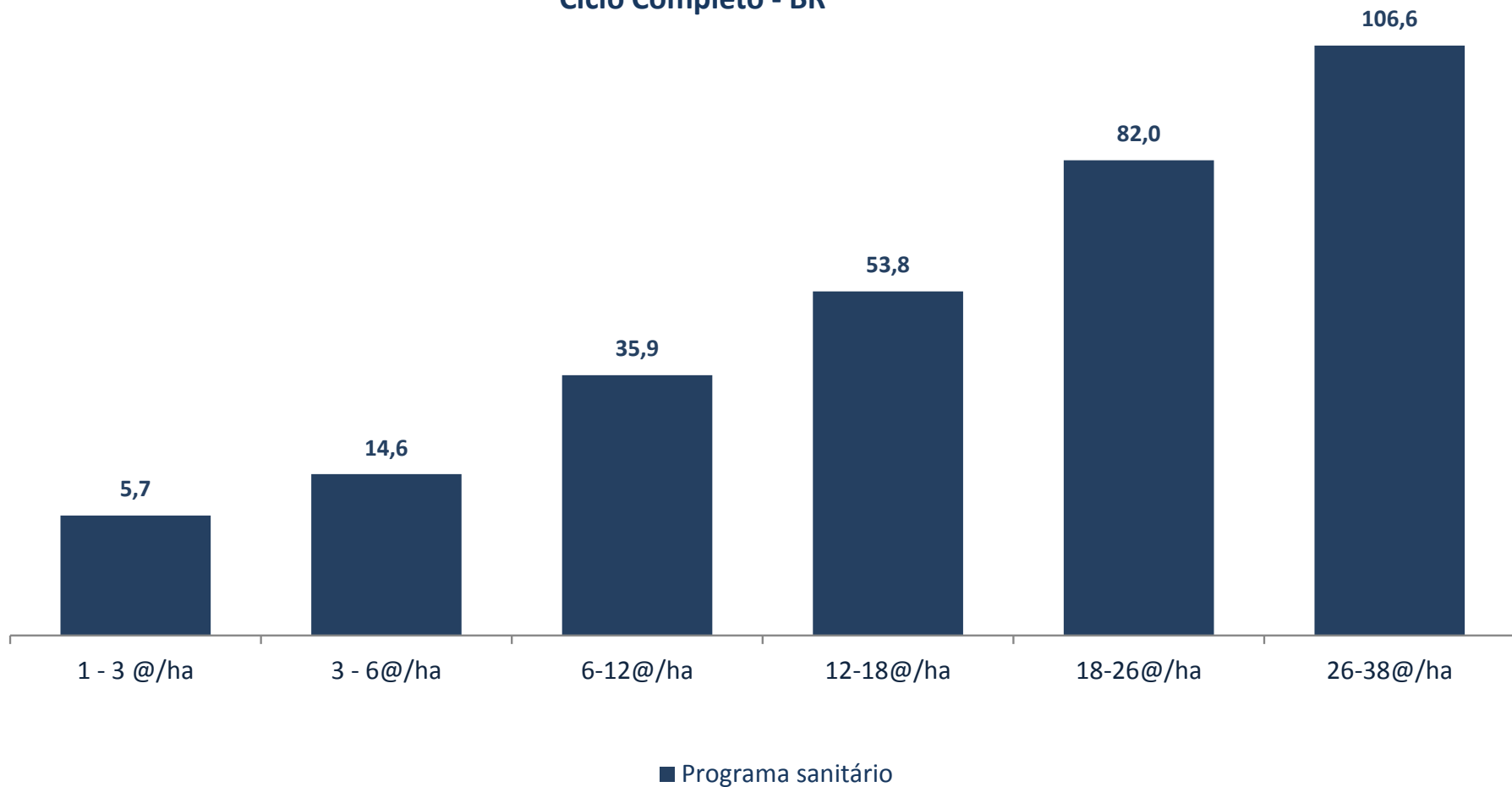
o raciocínio é o mesmo.

Composição de custos na pecuária leiteira



COMPOSIÇÃO DE CUSTOS NO PROCESSO DE INTENSIFICAÇÃO

Potencial do mercado de produtos veterinários por tecnologia (R\$/ha/ano) -
Ciclo Completo - BR

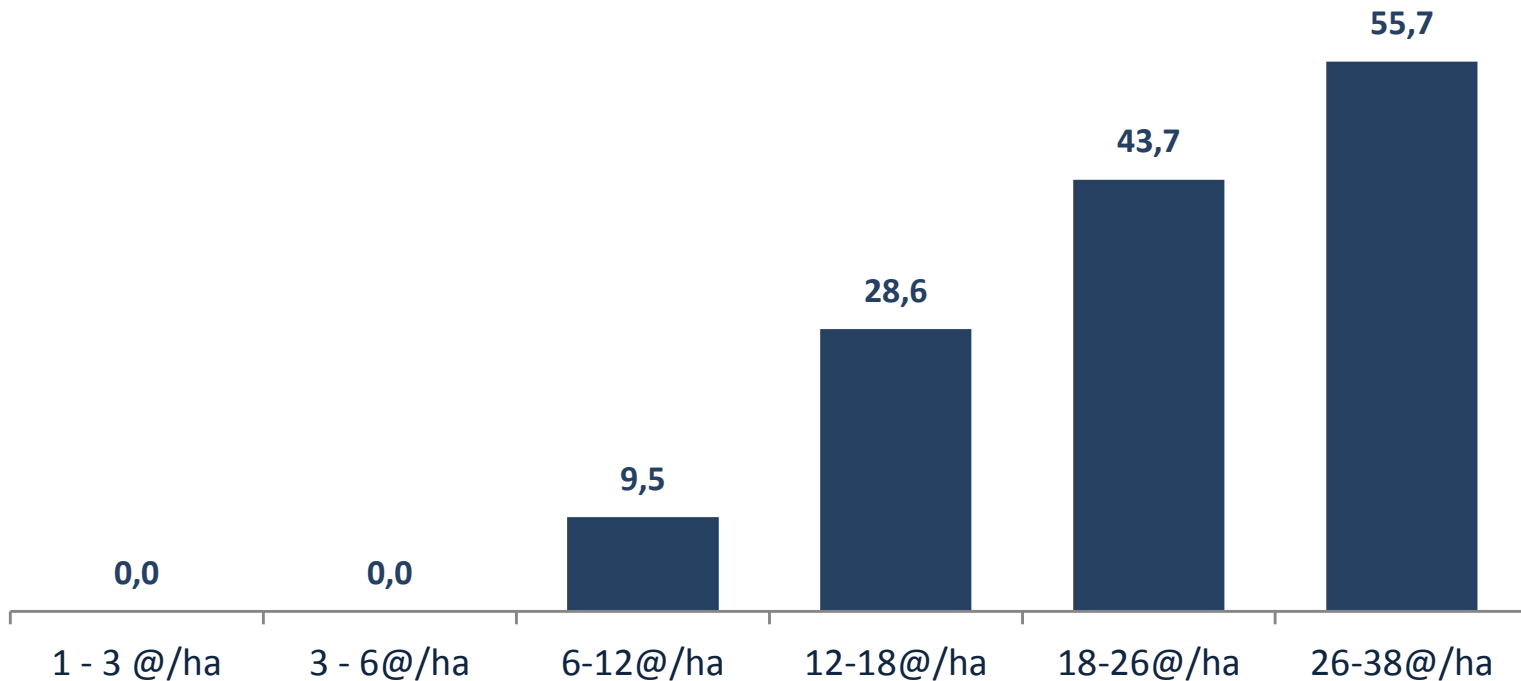


CUSTOS DIRETOS COM IATF POR NÍVEL TECNOLÓGICO

Considera apenas o uso dos protocolos; não inclui o sêmen.

Estimativa dos custos por hectare por nível de tecnologia na pecuária

Potencial de mercado dos protocolos IATF com aumento do nível tecnológico - R\$/ha/ano




Cenário e perspectivas

O QUE ESPERAR NO LONGO PRAZO?

- Urbanização, população, crescimento do PIB dos países em desenvolvimento, caso da China e commodities
- Demanda por proteína no mundo e no Brasil
- Exportações carne bovina => risco Índia; status sanitário
- Ciclo pecuário e o início de uma novidade: "as quebras de safras"
- Suínos e Aves
- Leite e derivados

CORTE: O QUE ESPERAR NO CURTO PRAZO?

- Margens dos frigoríficos melhorando no mercado interno
- Rentabilização das exportações em Reais. Queda de 21,5% em USD e aumento de 6,5% em BRL
- Mercado de suínos e frango e oportunidades para as próximas semanas
- Tendência para o ágio do bezerro: impactos na recria e engorda e na cria
- Pastagens no primeiro semestre e possibilidade de adiantarmos os animais para a reta final do ano
- Demanda continuará acima da oferta
- Custos subirão mais do que os preços em 2016



**Produtor
está
inseguro
com a
crise?**

**“A MELHOR FORMA DE
PREVER O FUTURO É
CONSTRUÍ-LO”**

Abraham Lincoln
Peter Drucker
Alvin Toffler
Ilya Prigogine, Alan Curtis Kay
?????



Material produzido pela Agroconsult exclusivamente para clientes.

Reprodução ou distribuição proibida sem a autorização prévia da Agroconsult.

Equipe pecuária

Maurício Palma Nogueira

Liège Vergili

Carolina Magnabosco Ribeiro

Ricardo Nissen

www.agroconsult.com.br

+55 48. 3209-1650

Ourofino Day

Animais de Produção

Luís Eduardo T. Grégio
Diretor Executivo Comercial



- Setor Pecuário e Tendências
- Estratégia de Comercialização
- Portfólio de Produtos
- Estratégia de Crescimento

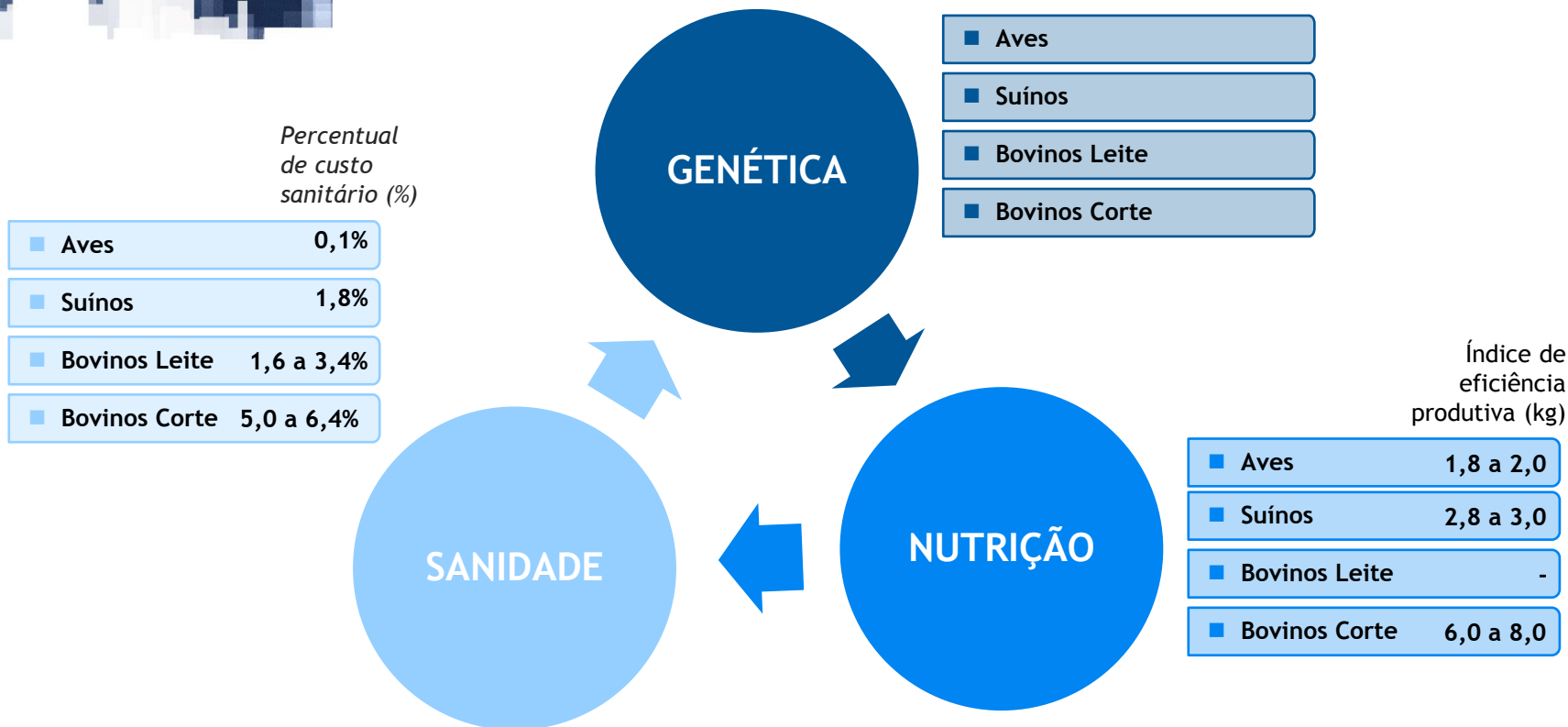
Setor Pecuário e Tendências



Plataformas de Produtividade



Plataformas de Produtividade

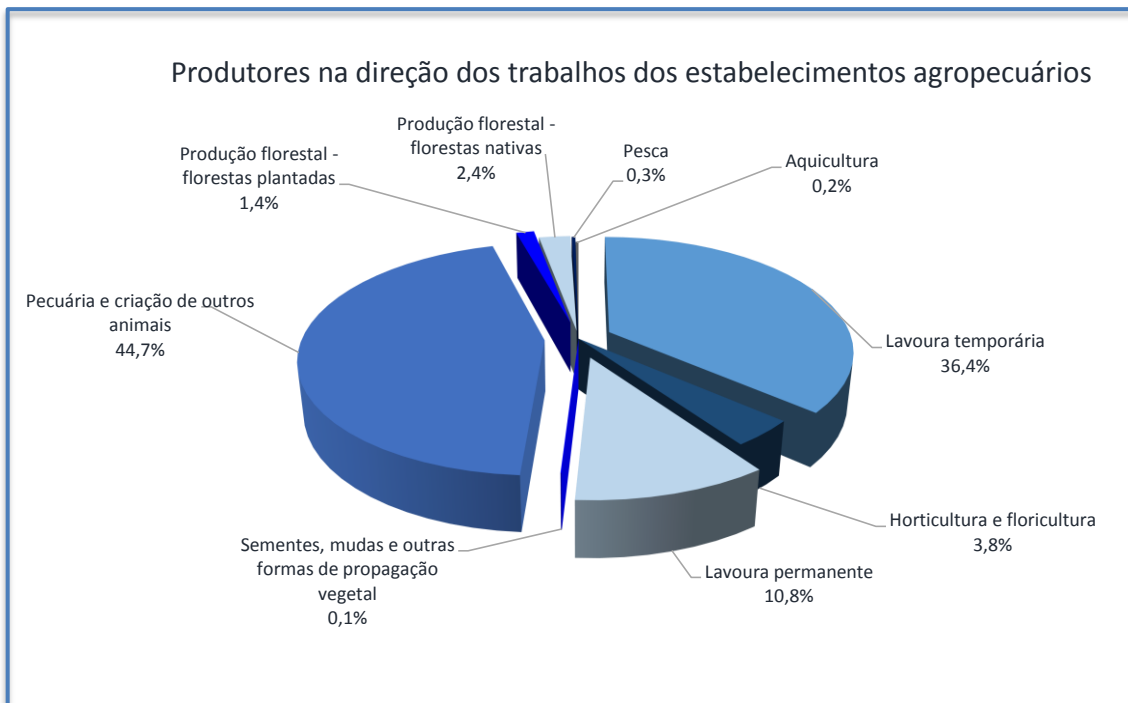


The background of the slide features a dark blue grid with a white line graph showing an overall upward trend with some fluctuations. Below the line graph, there is a bar chart with bars of varying heights, some in white and some in light blue, suggesting a data series over time or across categories.

Estratégia de Comercialização

Pecuária na estrutura fundiária

- Em 2006, haviam 5,18 milhões de produtores à frente de empreendimentos agropecuários.
- A maior parte dos produtores dedicados à pecuária. Os 44,7% do total somam 2,3 milhões de estabelecimentos dedicados à criação de animais. Embora a proporção dos estabelecimentos tendam a ser semelhantes à de 2006, as mudanças no uso da área devem ter provocado significativa alteração na ocupação dos estabelecimentos. Especialmente nos estados do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.



Fonte: Agroconsult

Bovinocultura na pecuária

- Dentro dos 2,3 milhões de estabelecimentos na pecuária, 1,73 milhão é posicionado na bovinocultura, ou 75% do total.
- Por essa razão que pecuarista é sinônimo de produtor de bovinos; generalização que acaba por atrapalhar as análises das estatísticas do mercado. Muitas vezes não se sabe ou não se explica direito sobre o que está contido em informações sobre a pecuária, de forma genérica. O que, para o autor de determinada pesquisa ou estudo, está englobado na pecuária e o que irão entender cai no subjetivismo.
- Parte dos estabelecimentos de bovinocultura pode trabalhar com outras criações de forma comercial.

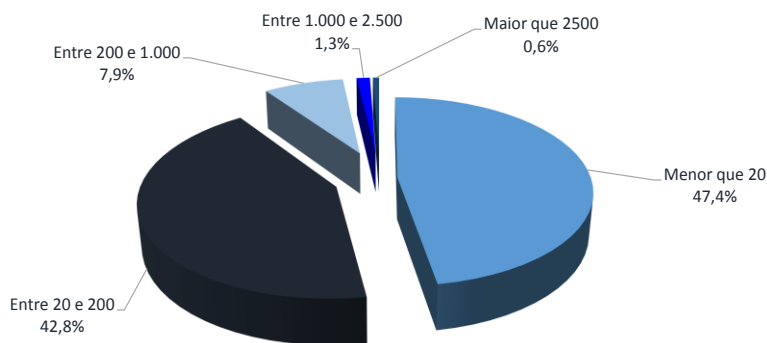


Fonte: Agroconsult

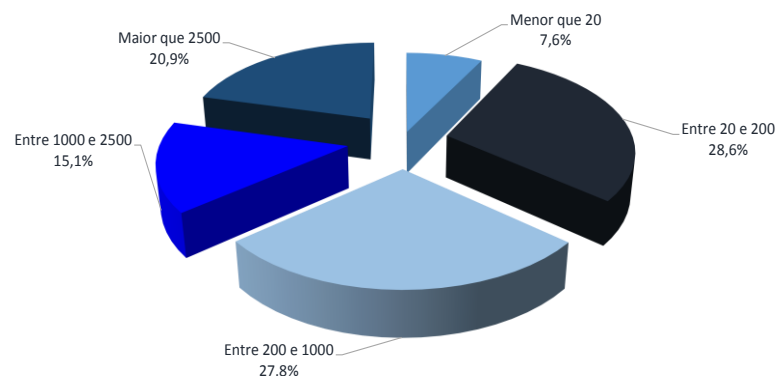
Estabelecimentos e rebanho por faixa de área - ha

- Cerca de 90% das propriedades são menores do que 200 hectares

Distribuição dos estabelecimentos por faixa de área



Distribuição do rebanho por faixa de área

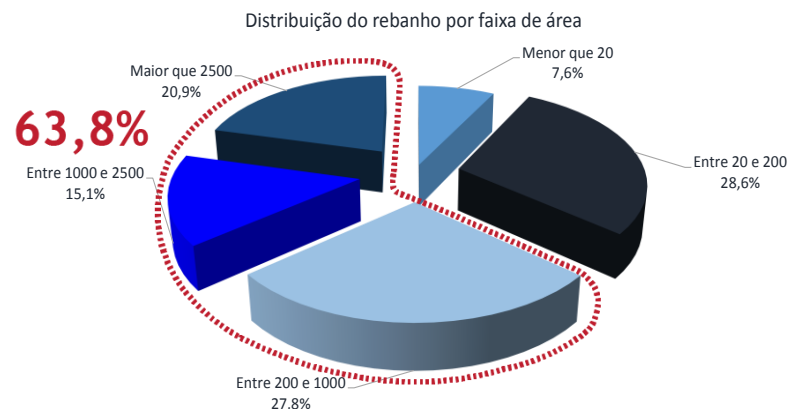
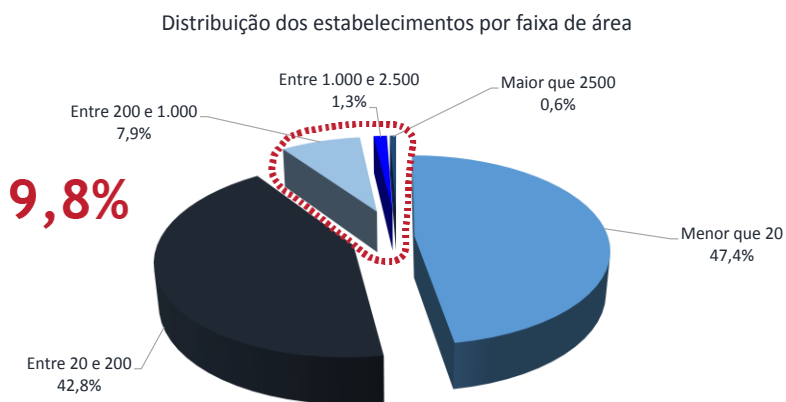


- Cerca de 64% do rebanho está em propriedades menores do que 1.000 hectares.
- Aproximadamente 21% do rebanho está em 0,7% das propriedades.
- As maiores áreas se localizam no Bioma Amazônico.

Fonte: Agroconsult

Estabelecimentos e rebanho por faixa de área - ha

Cerca de 90% das propriedades são menores do que 200 hectares

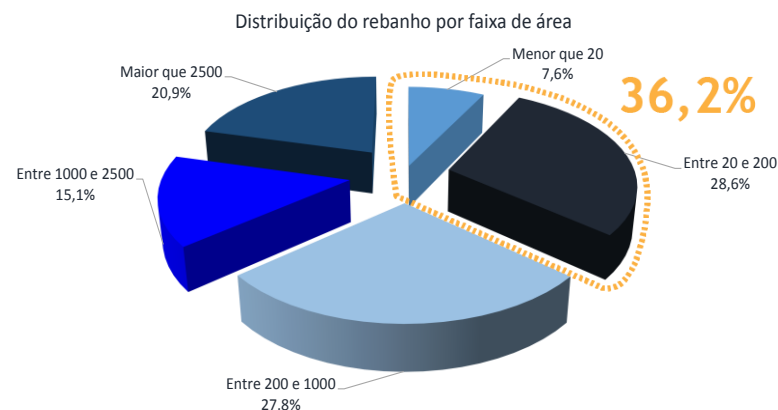
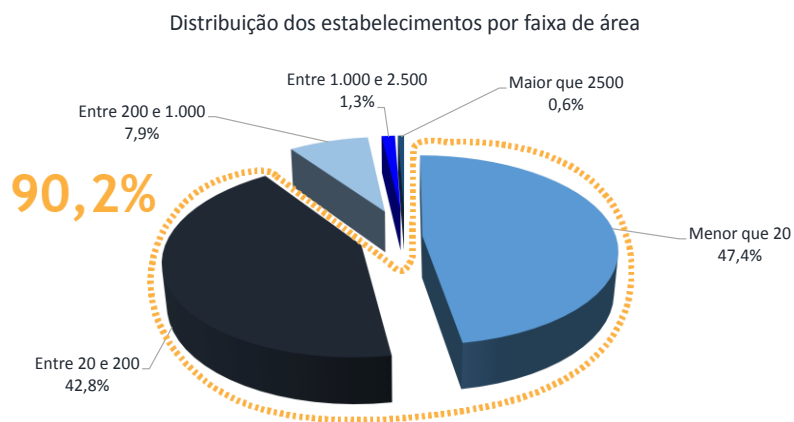


- Cerca de 64% do rebanho está em propriedades menores do que 1.000 hectares.
- Aproximadamente 21% do rebanho está em 0,7% das propriedades.
- As maiores áreas se localizam no Bioma Amazônico.

Fonte: Agroconsult

Estabelecimentos e rebanho por faixa de área - ha

Cerca de 90% das propriedades são menores do que 200 hectares

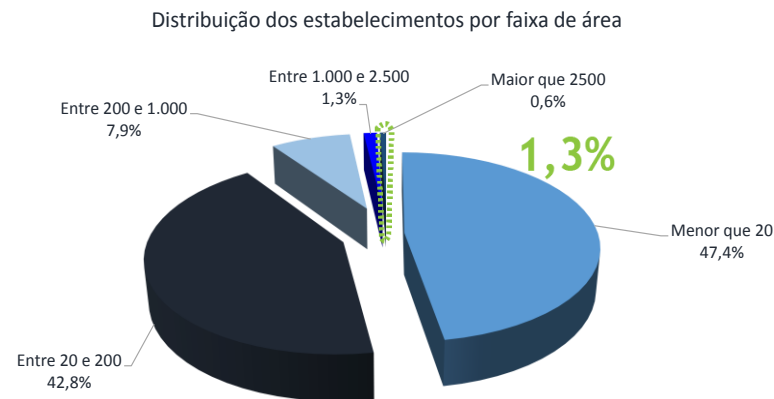
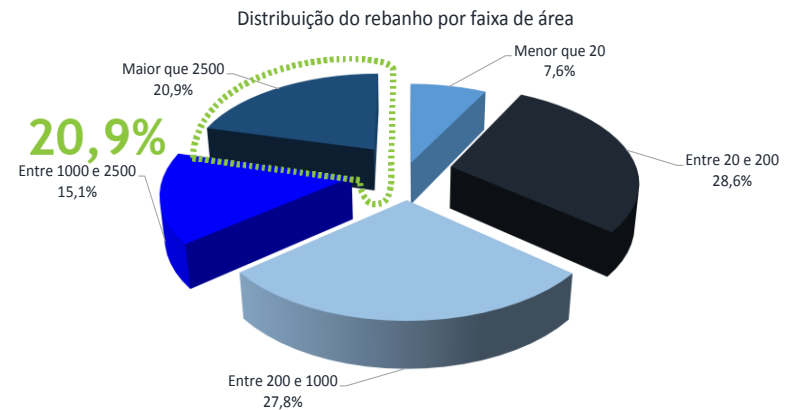


- Cerca de 64% do rebanho está em propriedades menores do que 1.000 hectares.
- Aproximadamente 21% do rebanho está em 0,7% das propriedades.
- As maiores áreas se localizam no Bioma Amazônico.

Fonte: Agroconsult

Estabelecimentos e rebanho por faixa de área - ha

Cerca de 90% das propriedades são menores do que 200 hectares



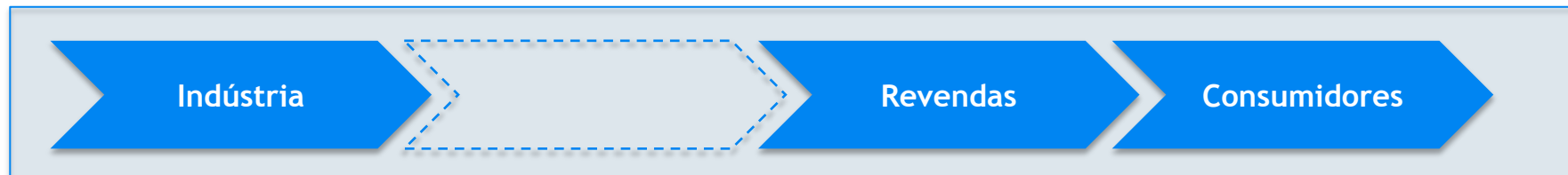
- Cerca de 64% do rebanho está em propriedades menores do que 1.000 hectares.
- Aproximadamente 21% do rebanho está em 0,7% das propriedades.
- As maiores áreas se localizam no Bioma Amazônico.

Fonte: Agroconsult

Distribuição Pura

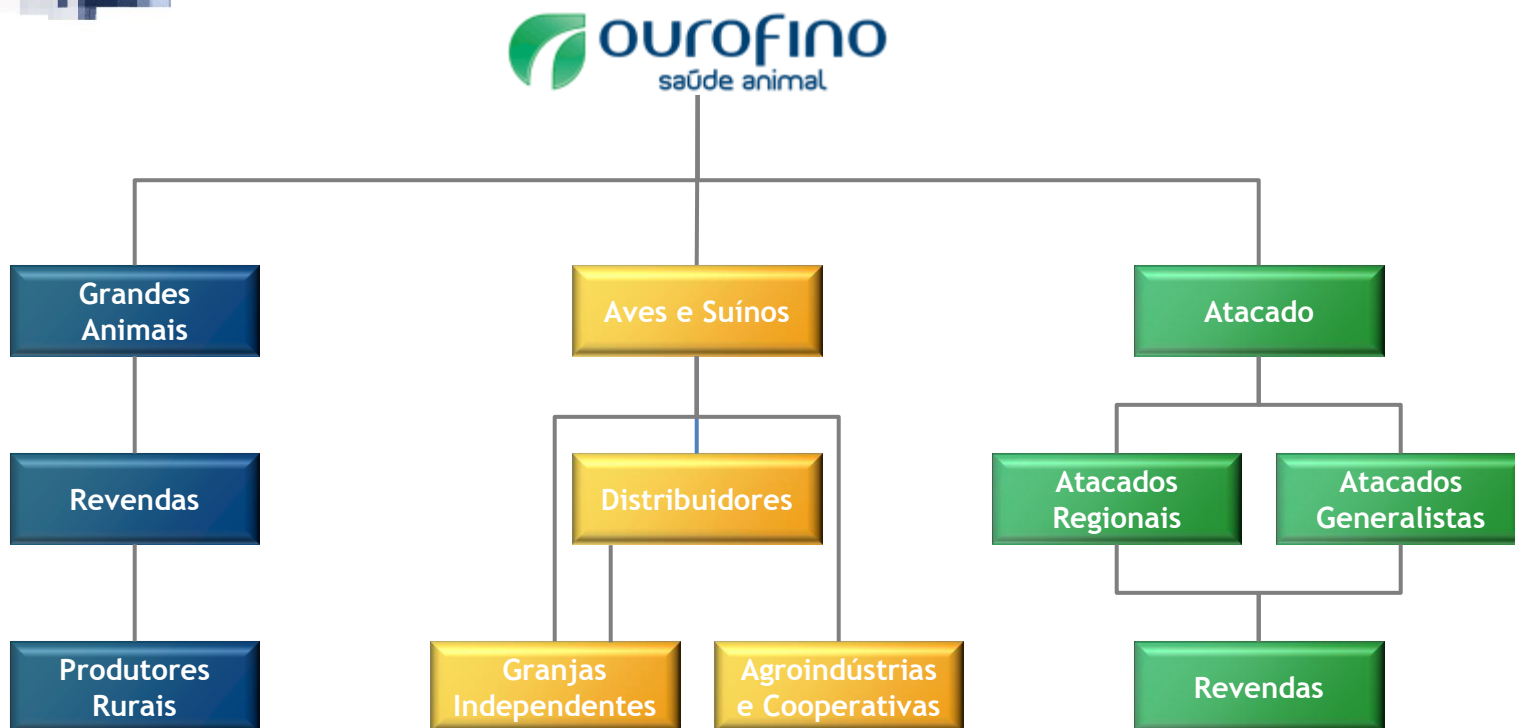


Distribuição via Revenda



Venda Direta





Necessidades do Pecuarista

• *Consultoria especializada*

• *Assistência técnica*



• *Conhecimento de sanidade*

• *Gestão da propriedade*

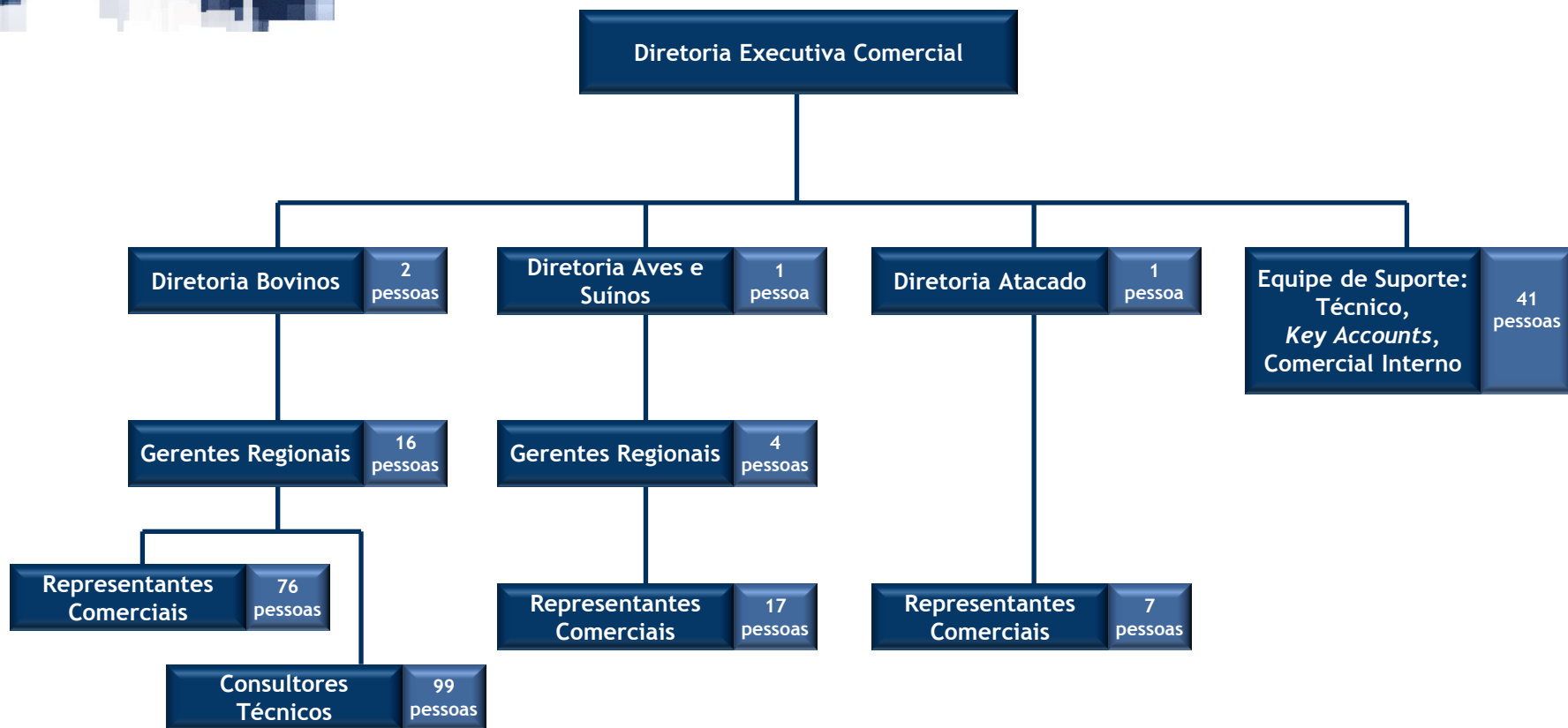
Estratégias de Aproximação Soluções de Produtos



Estratégias de Aproximação Soluções de Serviços



Organograma Comercial - Equipes de Vendas



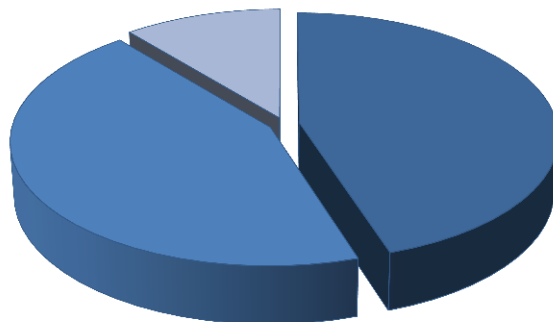
Distribuição da Força de Vendas



Diretores e Gerentes: 11%



Consultores Técnicos: 44%

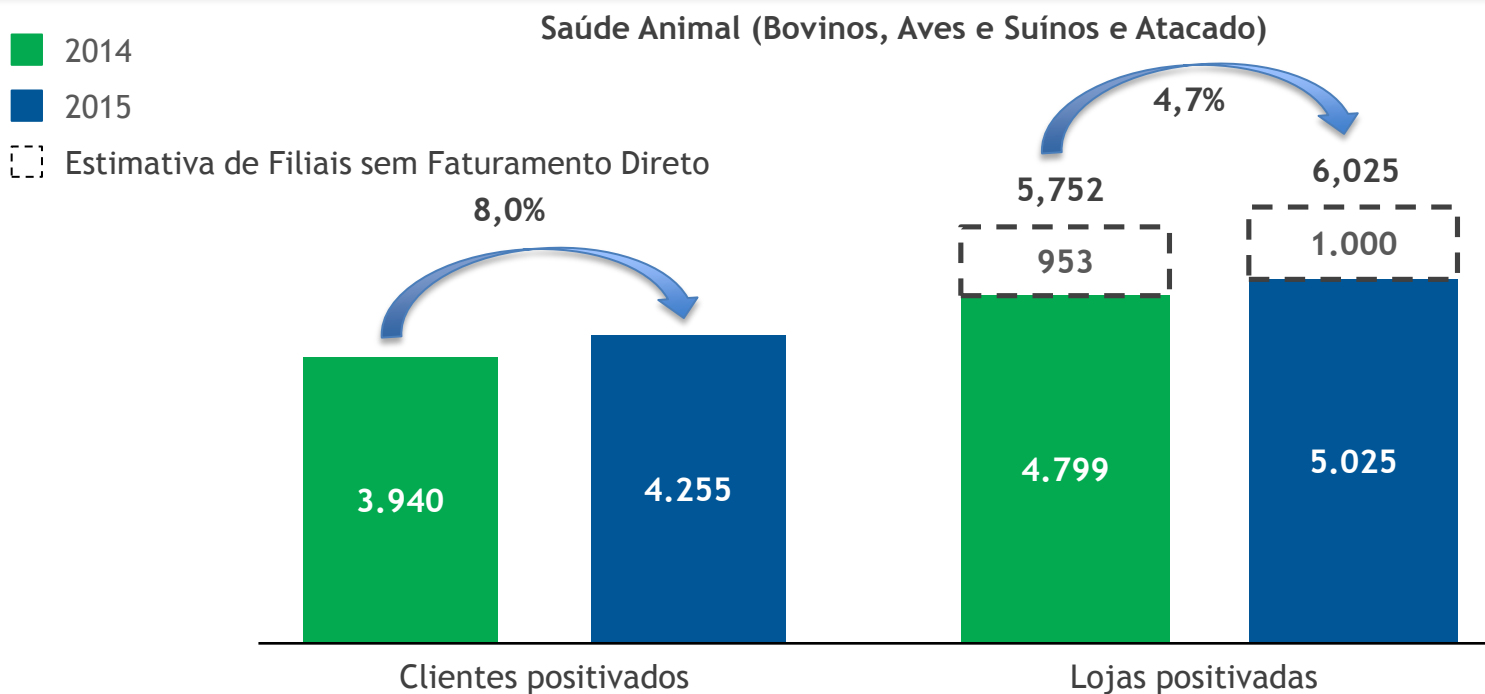


*Representantes
Comerciais: 45%*

Organograma Comercial - Equipes de Suporte



Positivação de clientes - 2014 x 2015 (estimativa)



Controle da Demanda - Consumidores Finais

Controle de

40%

demanda junto ao
Consumidor Final

41 mil

Visitas a Unidades
Produtoras no
período de janeiro
a setembro/15

13.712

Visitas a Unidades
Produtoras Diferentes no
período de janeiro a
setembro/15

20.224

Positivamente a Unidades Produtoras no
período de janeiro a setembro/15

Portfólio



Bovinos Ectoparasiticidas



Bovinos Endectoparasiticidas



Bovinos Linha Leite



Bovinos Biológicos



Bovinos Anti-inflamatórios



Bovinos Antibióticos



Aves e Suínos



Equinos



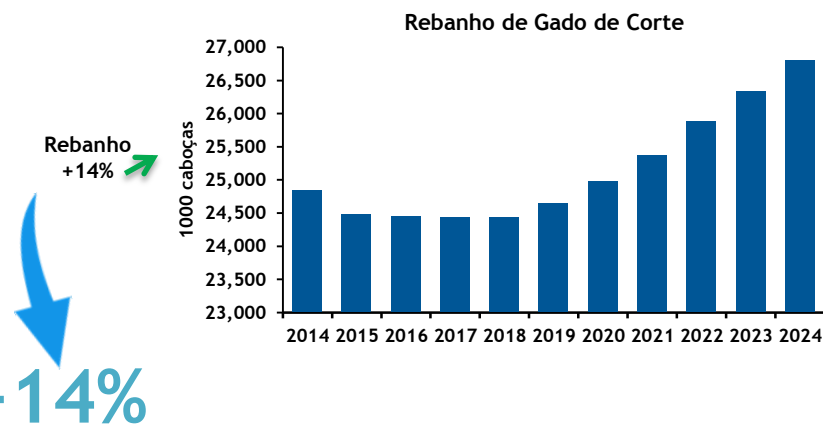
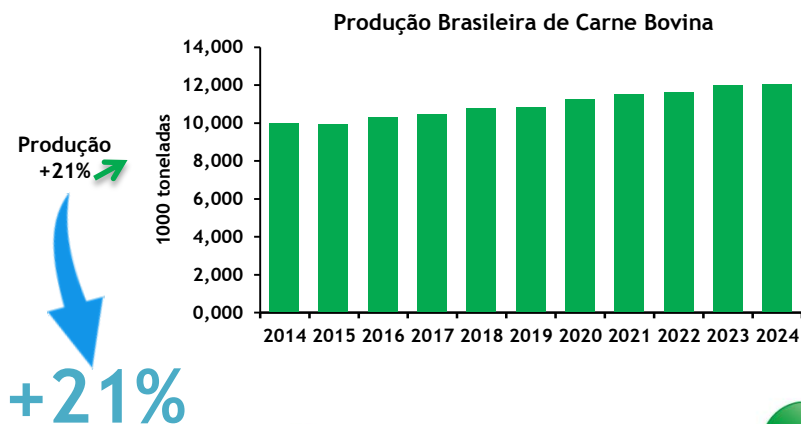
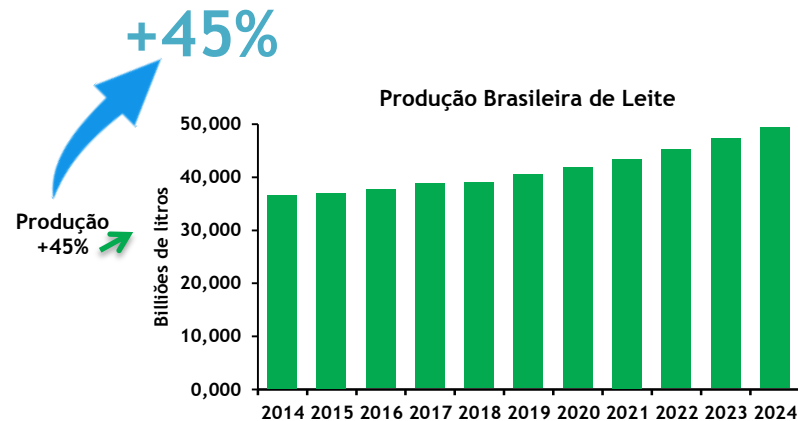
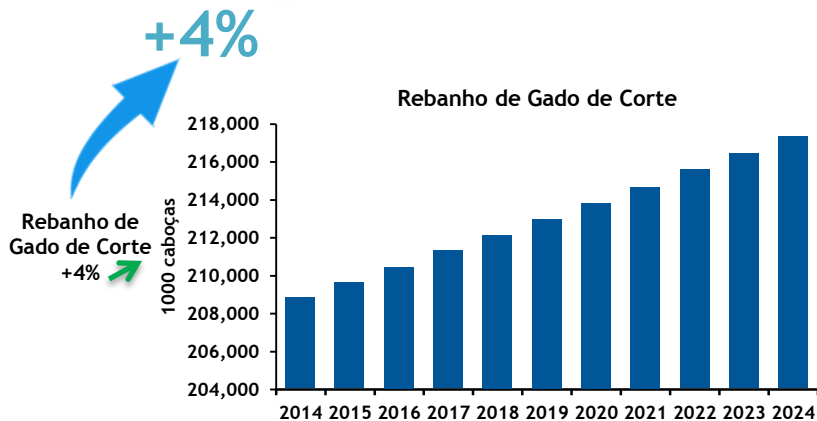
Linha de Reprodução



Estratégias de Crescimento

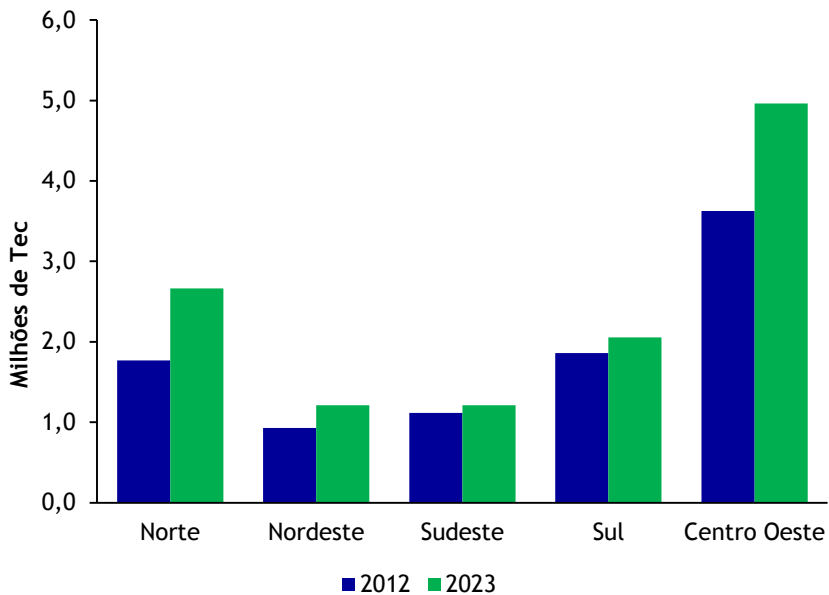


Projeções de Aumento de Produtividade em Corte e Leite

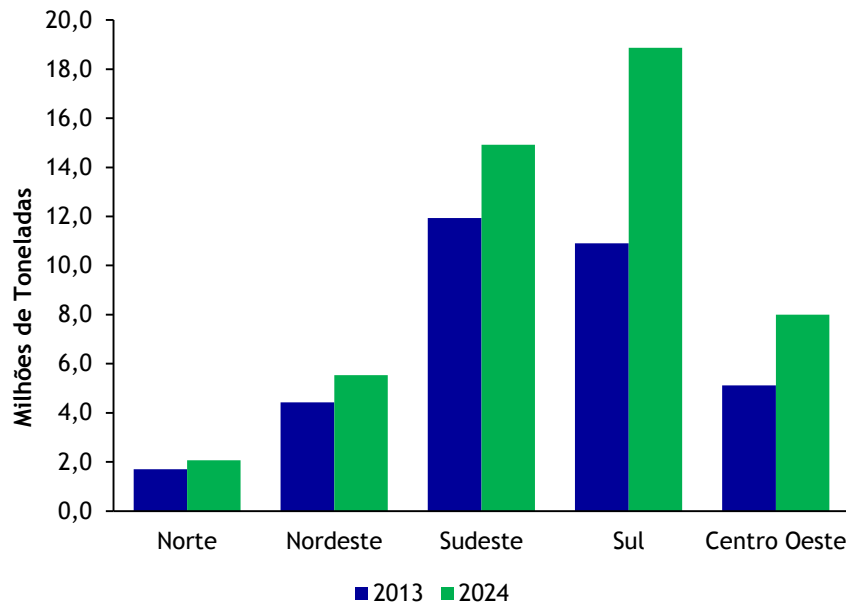


Projeções Regionais de Produção de Corte e Leite

Participação Regional Pecuária de Corte



Participação Regional Pecuária Leiteira





Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento



Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento



Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento



Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento



Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento



Foco na ocupação
de áreas em
desenvolvimento

MUITO OBRIGADO!

LUÍS EDUARDO TRINDADE GRÉGIO

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ri.ourofino.com

ri@ourofino.com