



FÓRUM
INTELIGÊNCIA
MERCADO
EDIÇÃO 2017 | SP



ourofino
agrociência

REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA

VEJA COMO A ÁREA DE IM DA OUROFINO SE TORNOU MAIS RELEVANTE NAS TOMADAS DE DECISÃO E OBTVEU MAIS INVESTIMENTO

 **ibramerc**
changing market intelligence education

 **iOpera**
do better business now

- **OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA**
- FATORES MOTIVADORES DA REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA
- REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA
- PRINCIPAIS RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS
- DICAS SOBRE O QUE NÃO DEU CERTO AO LONGO DO PROJETO

Um pouco de nossa história

- Fundada em 2010
- Nasceu a partir da Ourofino Saúde Animal – 30 anos de mercado
- Mercado de proteção de cultivos – 2016 representou US\$ 9,56 bilhões.
- Market Share de 1,59%
- 29 produtos em comercialização; 24 aguardando liberação de registro e + de 30 em desenvolvimento.



Possuímos uma das mais modernas fábricas de defensivos do mundo + de 120 milhões de litros

OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA

Nosso propósito



Reimaginando
a agricultura
brasileira

OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA

Nossos pilares

Inovando para a agricultura brasileira.

Desenvolvendo novos produtos e soluções com base nas necessidades e características da agricultura tropical, no aprimoramento e melhor utilização do conhecimento desenvolvido pela pesquisa agrícola brasileira, com simplicidade, respostas rápidas e menor impacto.

Presença constante. Construindo valor.

Estabelecendo parcerias próximas e transparentes com base na nossa origem brasileira e experiência, indo além da abordagem comercial, presentes no dia a dia dos agricultores, parceiros e comunidades agrícolas, compartilhando conhecimento, recursos e construindo valor.

Crescendo com a agricultura brasileira.

Incentivando e promovendo o empreendedorismo, interação e a colaboração entre os membros da comunidade agrícola, crescendo juntos e contribuindo para o reconhecimento e a evolução da agricultura brasileira.

Nossos pilares são os princípios e valores que nos movem. Temos três pilares que nos orientam em nosso dia a dia, são eles que informam e norteiam nossas ações e decisões.

OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA

Estrutura de nossa área de IC



- OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA
- **FATORES MOTIVADORES DA REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA**
- REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA
- PRINCIPAIS RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS
- DICAS SOBRE O QUE NÃO DEU CERTO AO LONGO DO PROJETO

Evolução da área de Inteligência Competitiva



- OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA
- FATORES MOTIVADORES DA REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA
- **REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA**
- PRINCIPAIS RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS
- DICAS SOBRE O QUE NÃO DEU CERTO AO LONGO DO PROJETO

Etapas da reestruturação

1 - Entendimento das necessidades

- Entrevistas com principais clientes internos (*O que, quando e como?*).
- Benchmarking com outras áreas de IM. (*O que mais precisamos estudar?*)
- Informações adicionais importantes para futuro do negócio.



Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Áreas de estudo



Análises de Mercado
(Regulares)

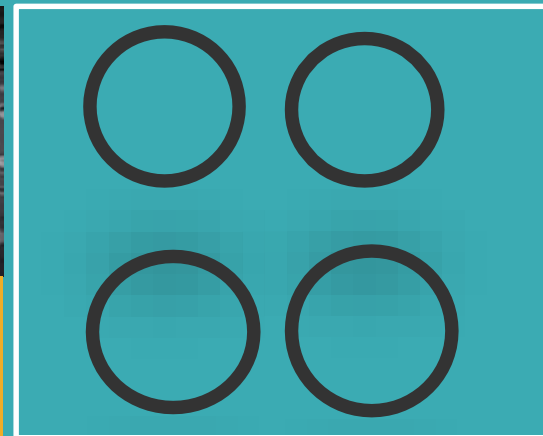


Análises Estratégicas
(AdHoc)



Geomarketing
(Acesso a Mercado)

Culturas (foco)



ANÁLISES DE MERCADO

(Regulares)

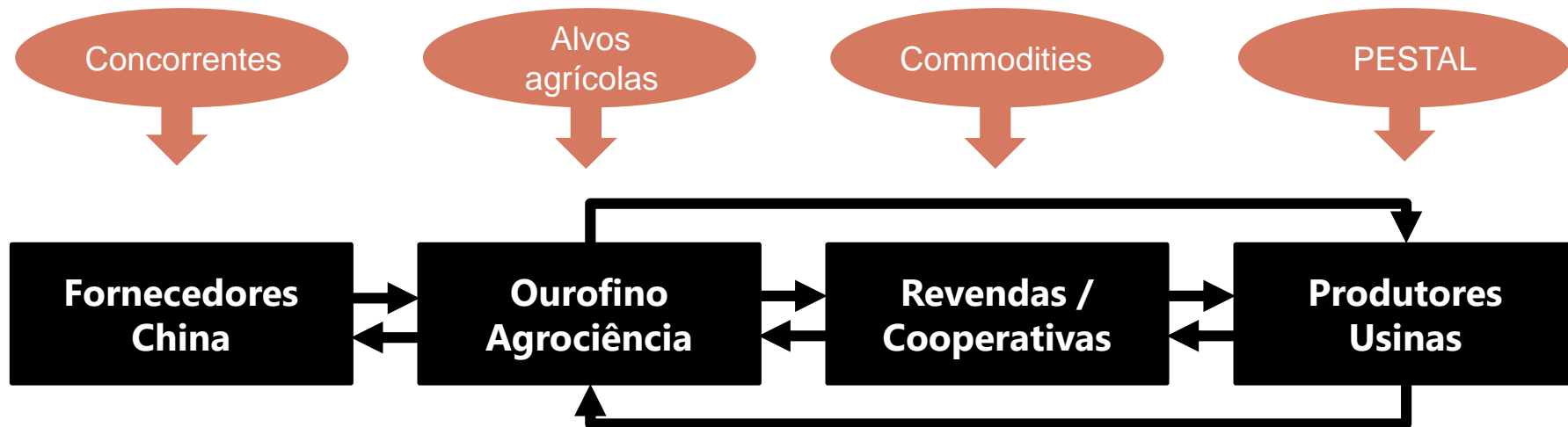


REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Análises de Mercado

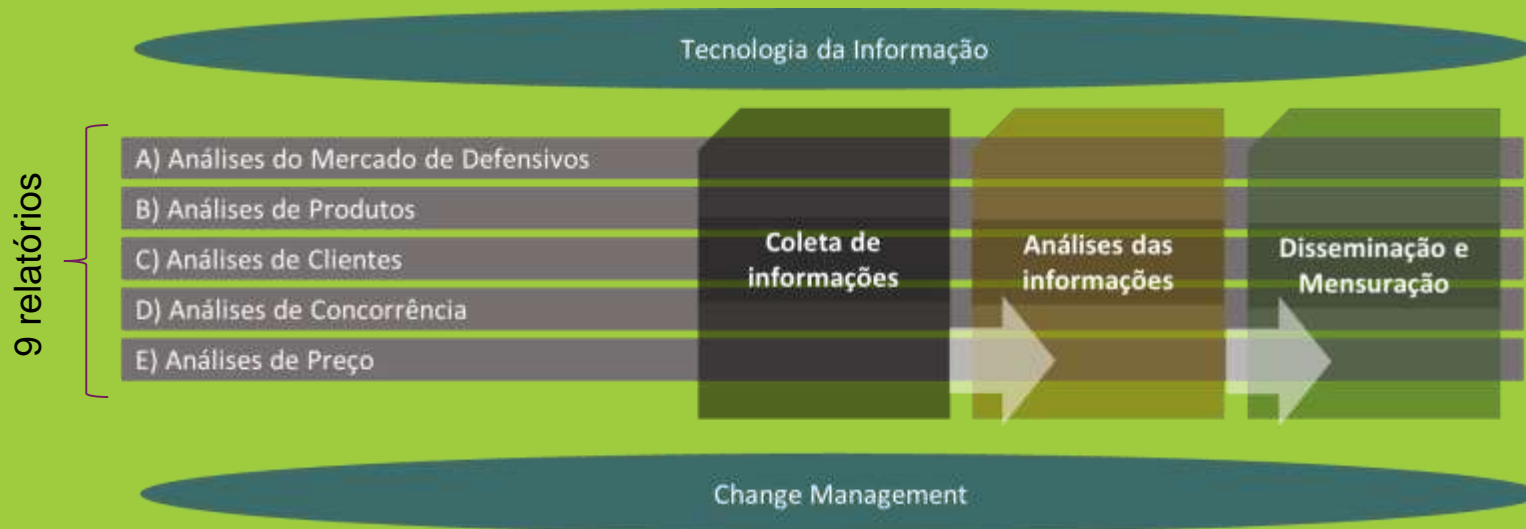


REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Análises de Mercado



REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Análises de Mercado

Relatório a ser desenvolvido	Prazo	Coleta de Informações	Análise das Informações	Disseminação
<p>A1) Análise e Tendências para Commodities Agrícolas</p> <p>1. Relatório de Commodities agrícolas e tendências de mercado (Mercado)</p>	Trimestral	<ul style="list-style-type: none"> Banco Central MAPA CONAB INTL FC-STONE Inmet Imprensa geral Relatório de incidência de pragas e doenças 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores econômicos (Câmbio, PIB, inflação, etc) e impacto na agricultura. Condições climáticas esperadas para os próximos meses e impacto na agricultura. Situação financeira dos produtores baseada no Valor Bruto de Produção. Previsão de área plantada, colhida e safra para principais commodities agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> Conselho OFA Comitê diretivo Gerentes produto Equipe Comercial Financeiro
2. Relatório de condição de safra e incidência de pragas e doenças nas regionais de atuação OF (Agrônômica)	Mensal	<ul style="list-style-type: none"> Levantamento de informações técnicas IC-OFA 	<ul style="list-style-type: none"> % de área plantada e colhida na região Variáveis controláveis e incontroláveis que estão afetando a safra na região. Levantamento de incidência de pragas e doenças nas principais regiões agrícolas. Uso de variedades transgênicas e novas tecnologias que estão impactando no negócio de defensivos agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> Comitê diretivo Equipe comercial Gerentes de produto

Relatório	Responsável	QV	FEV	MAI	AGO	NOV	FEV	MAI	AGO	NOV	FEV
7. Relatório de Análise mercadológica de produtos	Natália		X			X				X	
8. Relatório de Análise da Carteira de Clientes OF	Natália		X			X				X	
9. Relatório de Satisfação de Clientes	Felipe								X		
10. Relatório de Monitoramento de Ações da Concorrência	Natália		X			X			X		X
11. Relatório de Monitoramento de Preços da Concorrência	Natália	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
12. Relatório de Análise de Preço	Natália	X				X			X		X

IDENTIDADE VISUAL DE NOSSOS TRABALHOS



Inteligência
Competitiva

ANÁLISE ESTRATÉGICA

(AdHoc)

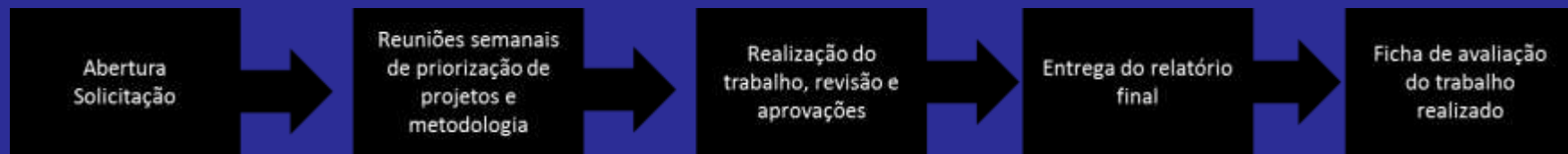


REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Análises Estratégicas (AdHoc)



DEPARTAMENTO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

TERMO DE SOLICITAÇÃO DE PROJETO

Data de solicitação: 18/01/2016

Nome do Projeto: Relatório de Sustentabilidade

Solicitante: Luciano Galera

Prazo indicado: 01/03/2016

Formato do Arquivo: Word

Objetivo do Projeto: Laboração do Relatório de Sustentabilidade da Ourofino baseado nos padrões de GRI (Global Reporting Initiative).

Observação do Solicitante: O projeto será realizado sob orientação da Consultoria X e em parceria com o departamento de IM.
(Espaço destinado para preencher com informações pertinentes)

RELATÓRIO DE PROJETOS EM ANDAMENTO

DEPARTAMENTO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

PRIORIZAR

Matrícula Projeto	Pré-Atividade	Data de Solicitação	Data de Entrega	Data Final	Solicitante	Departamento	Cargo	Prioridade	IMPACTO				ESTRATÉGICO				PARA O SEU				OPERACIONAL	
									Financieira (10%)	Gravidade (10%)	Ponto de Retorno (15%)	Adequamento (10%)	Prazo de Decisão (5%)	Uso na Decisão (15%)	Pré-atividade ou Análise (7)	Formador de Opção (5%)	Replicação Outras Áreas (5%)	Tempo e Esforço (1%)	Posição para Priorização			
11111111	11111111	11/01/16	15/01/16	15/01/16	Luciano Galera	Marketing	Gerente	Alta	4	3	5	5	5	4	5	3	5	3	2	100		
11111112	11111112	11/01/16	15/01/16	15/01/16	Luciano Galera	Marketing	Gerente	Alta	5	4	2	5	5	4	5	3	2	2	2	90		
11111113	11111113	11/01/16	15/01/16	15/01/16	Luciano Galera	Marketing	Gerente	Alta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80		
11111114	11111114	11/01/16	15/01/16	15/01/16	Luciano Galera	Marketing	Gerente	Alta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85		
11111115	11111115	11/01/16	15/01/16	15/01/16	Luciano Galera	Marketing	Gerente	Alta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94		

IMPACTO			ESTRATÉGICO			PARA O SEU			OPERACIONAL		
Financieira (10%)	Gravidade (10%)	Ponto de Retorno (15%)	Adequamento (10%)	Prazo de Decisão (5%)	Uso na Decisão (15%)	Pré-atividade ou Análise (7)	Formador de Opção (5%)	Replicação Outras Áreas (5%)	Tempo e Esforço (1%)	Posição para Priorização	
4	3	5	5	5	4	5	3	5	3	100	
5	4	2	5	4	5	4	5	3	2	94	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	

GEOMARKETING

(Plano de Acesso a Mercados)



REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Geomarketing
(Acesso a Mercado)

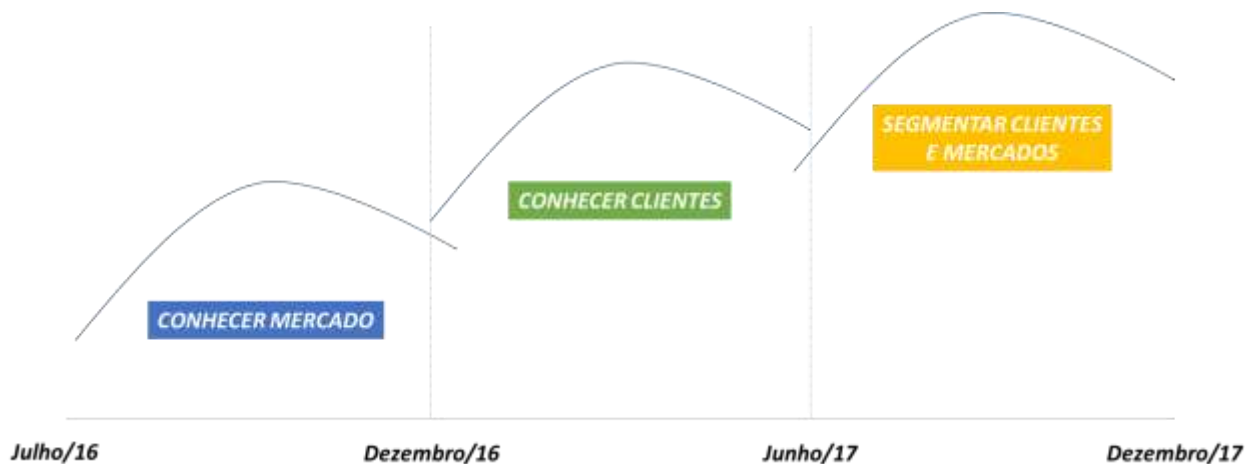
“CONHECER CLIENTES”

Market Size e Market Share
(Análises por território)

Elevado custo aquisição

↓

Usar equipe comercial



REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Geomarketing
(Acesso a Mercado)

Definir
Metodologia

**Potencial de
venda por
território e
ingrediente
ativo**

Desenvolver
Ferramenta e
Coleta de Dados

**RTV deveria ter
a possibilidade
de cruzar os
números para
validação**

Verificar
informações

**Checagem de
eventuais
distorções em
relação a preço
e dosagem**

Aprovações

**Gerente e
diretores
comerciais
validaram as
informações**

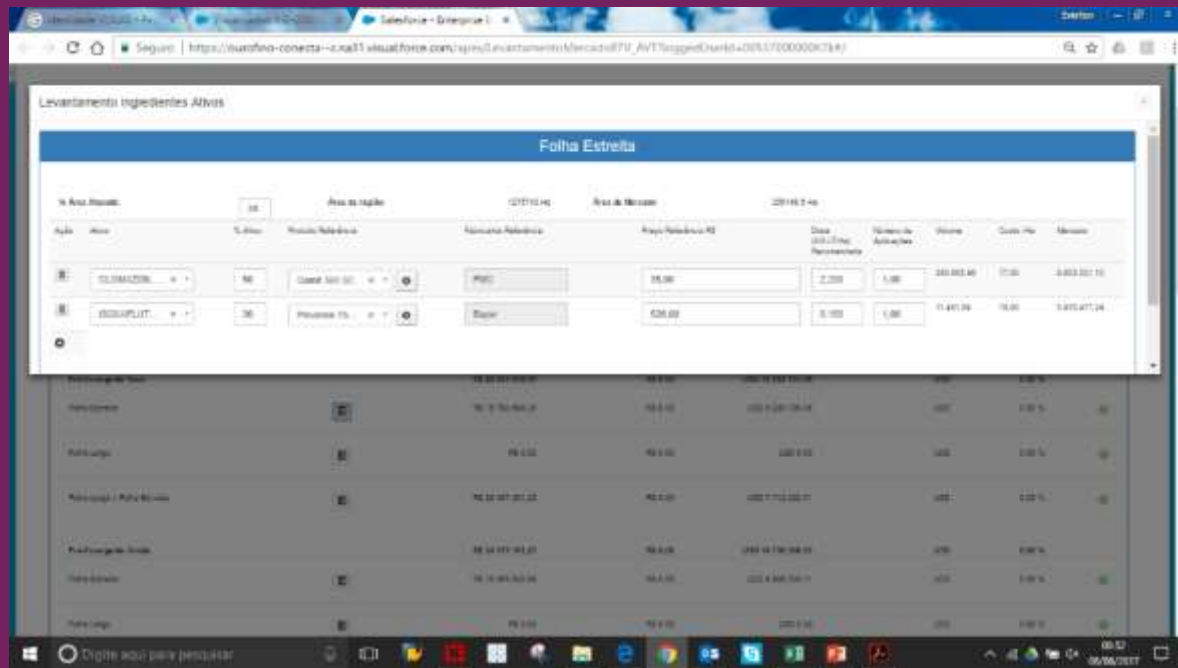
Análises e
Relatório
final

**Relatório
dinâmico no
Tableau e físico
para consulta**

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Geomarketing
(Acesso a Mercado)



Área de Negócio	Código	Descrição/Referência	Preço Referência R\$	Data	Número de Análises	Volume	Custo Fixo	Mês/ano
COLMAGNOL	40	Colmag 400 SC	38,90	27/03/17	1,00	200.000,00	10,00	2.000.000,00
ESCALPLIT	36	Escal 360 PL	626,00	27/03/17	1,00	10.400,00	16,00	1.000.000,00



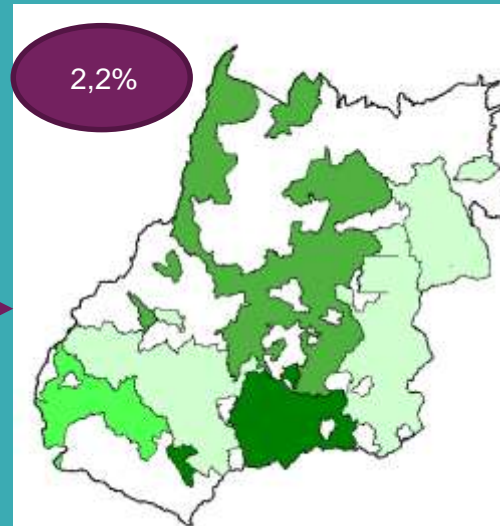
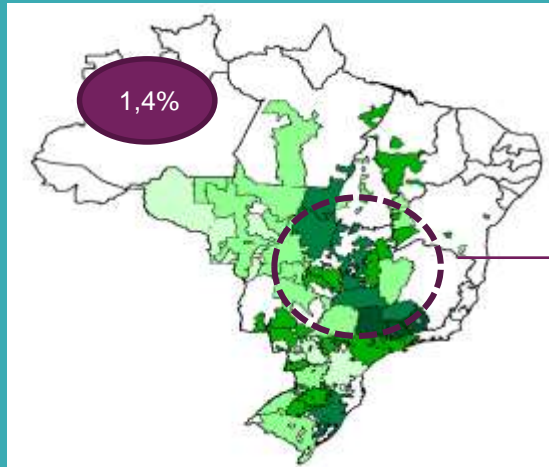
Produto	Valor	Mês/ano	Mês/ano	Mês/ano	Mês/ano
Colmag 400 SC	38,90	27/03/17	27/03/17	27/03/17	27/03/17
Escal 360 PL	626,00	27/03/17	27/03/17	27/03/17	27/03/17

RTV passa a ter acesso ao seu número e market share durante levantamento

Etapas da reestruturação

2 – Organizar demandas e disseminação

Geomarketing
(Acesso a Mercado)



Utilizamos o Map Info para nos auxiliar com a plotagem dessas informações no mapa facilitando assim as análises.

Etapas da reestruturação

3 – Mensuração dos resultados



> 100 relatórios realizados - 2.109 horas trabalhadas * 250,00 = R\$ 527.250,00 | Aprox. Saving 40%
Benefício não quantificável que é muito maior.

- OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA
- FATORES MOTIVADORES DA REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA
- REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA
- **PRINCIPAIS RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS**
- DICAS SOBRE O QUE NÃO DEU CERTO AO LONGO DO PROJETO

Benefícios percebidos com o projeto

- Com as ferramentas (Tableau, Plataforma, Salesforce) implementadas facilitamos o acesso de informações para colaboradores.
- Maior proximidade com equipe comercial possibilitou maior acesso a outras informações e também elaboração de projetos estratégicos.
- Maior percepção por parte dos colaboradores e alta direção pela relevância dos trabalhos na tomada de decisão.
- Aumento no orçamento da área (30%) para maiores investimentos em consultorias, cursos e consultorias.

Próximos passos

- Desenvolver análises destinadas a suportar clientes e criar diferenciação.
- Uso de mídias (vídeos, ebooks, webinars, etc.) para levar conhecimento aos nossos colaboradores.
- Revisar relatórios já existentes adequando ao momento da empresa se tornando atrativa.



- OUROFINO AGROCIÊNCIA, REIMAGINANDO A AGRICULTURA BRASILEIRA
- FATORES MOTIVADORES DA REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA
- REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA DE IC DA OUROFINO AGROCIÊNCIA
- PRINCIPAIS RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS
- DICAS SOBRE O QUE NÃO DEU CERTO AO LONGO DO PROJETO

Pontos de atenção

- O aumento do reconhecimento – Equipe pequena está trabalhando a 120% para atender.
- Na contratação da consultoria – cuidado que escopo esteja bem detalhado e reservar horas extras para novas análises ou imprevistos.
- No início tivemos resistência dos colaboradores para buscarem os relatórios na plataforma – Treinamento e conscientização– *Change Management*.
- Pressão dos clientes internos para que as análises estratégicas fossem feitas prioritárias – Cuidado para não causar detrimento análises mercado.



REESTRUTURAÇÃO DA ÁREA

Everton Molina Campos

Gerente de Inteligência e Comunicação Integrada

