

UNA EMPRESA ENFOCADA 100% EN SALUD ANIMAL

Punto de partida para la nueva Elanco en Argentina y la región

» El laboratorio multinacional inauguró sus oficinas en Pilar, Buenos Aires. Entrevistamos a Juan Pablo Zingoni, general manager para el Cono Sur, quien describió los planes para los próximos años.



Zingoni. "La innovación es uno de los pilares estratégicos de nuestra estrategia a largo plazo".



En equipo. Corte de cinta en las nuevas instalaciones.

GUADALUPE VARELLI
guadalupe@motivar.com.ar



Los productos -y todo lo que le da vida a una marca- no deben ser hechos para durar, deben ser pensados y desarrollados para que valga la pena que duren..., para que merezcan durar".

Estas fueron las primeras palabras de Juan Pablo Zingoni, gerente general para el Cono Sur de Elanco Animal Health, en la inauguración de las nuevas oficinas de la compañía en la Argentina. Fue en el hall de entrada del Edificio Office Quatro, ubicado sobre la Ruta Panamericana Ramal Pilar (Buenos Aires), donde los más de 40 profesionales que conforman el equipo local del laboratorio se reunieron para compartir un momento que calificaron como "histórico".

La idea de equipo fue una constante en el evento. Y Zingoni se esforzó por dejarla

en claro desde el minuto uno: no empezó su discurso hasta que no estuvieron todos presentes, listos para subir las escaleras hasta el tercer piso y cortar las cintas.

Este equipo comparte una historia de larga data, pero también reciente.

Si bien Elanco tiene 65 años de vida y más de 40 en nuestro país, los dos últimos fueron de cambios significativos.

En 2018, Elanco Salud Animal se enlistó en la Bolsa de Valores de Nueva York y se independizó de su empresa matriz, Eli Lilly, para convertirse en la segunda empresa más grande del mundo dedicada exclusivamente a la salud animal.

En 2019, adquirió la firma Prevtex, especializada en el desarrollo de vacunas para cerdos. Ese mismo año terminó con

un gran anuncio, la firma del acuerdo de adquisición del negocio de salud animal de Bayer, que esperan que se cierre definitivamente en julio de este año.

A la cabeza del equipo está Juan Pablo Zingoni. Conoció a Elanco como cliente, era el nutricionista de una planta de alimentos balanceados para ganado. "Me hice un poco fanático de los productos", confiesa.

En 2007 se sumó al equipo. Comenzó como representante técnico en ganadería, pasó por avicultura, armó la división de cerdos, impulsó en negocio en Chile y hoy es el gerente general del Cono Sur (Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia).

MOTIVAR conversó con él en el evento de inauguración de las oficinas en Pilar, para conocer los planes de Elanco para la región,

sus líneas estratégicas de trabajo y los desafíos que presentan los mercados.

MOTIVAR: ¿Por qué este es un día importante para Elanco?

Juan Pablo Zingoni: Nosotros operamos en el país durante 45 años como parte de la compañía de medicina humana Eli Lilly, donde un montón de decisiones se tomaban considerando ese negocio. A partir de 2018, cuando salimos a la Bolsa como compañía independiente, nos convertimos en una empresa enfocada 100% en salud animal y empezamos a tomar todas las decisiones basadas en nuestros clientes. Hoy es un día especial porque ésta es una de esas decisiones: la separación física en el país para acercarnos al cliente de salud animal.

copreva S.A.I.C.
ATMÓSFERAS ESTABLES

INDUSTRIA ARGENTINA
ORGULLO NACIONAL

Llevamos más de 50 años en el mercado fabricando tecnología de punta

CÁMARAS Y CUARTOS DE ESTABILIDAD CON PLC, DATALOGGER, REGITRADORES GRÁFICOS



Hornos de Secado de Granulado, Estufas de Cultivo y Esterilización, Heladeras y Freezer hasta -25°C.

www.coprevasaic.com.ar | info@coprevasaic.com.ar | tel.:(+5411) 4502-5184

¿Cuál es la posición de Elanco?

Actualmente, hasta que se cierre el acuerdo de adquisición de Bayer, ocupa el cuarto lugar en facturación a nivel global. La estimación es que, en julio, cuando se cierre este acuerdo, que hoy está en proceso de aprobación, Elanco pase a ser la segunda compañía a nivel mundial en facturación. Estos números nos hablan de mucho crecimiento: pasamos de ser octavos a nivel mundial a estar peleando posiciones de liderazgo.

¿Cómo describirías lo que fue 2019 para la compañía en la Argentina y a nivel global?

Para Elanco el 2019 fue un año de crecimiento, tanto en la Argentina como en Latinoamérica y el resto del mundo.

A nivel global, obtuvimos buenos resultados en general. En Latinoamérica en particular, a pesar de haber enfrentado algunos desafíos puntuales y considerando la difícil situación del mercado, fue un año muy bueno para nosotros.

Para tener una referencia, el mercado de mascotas en la Argentina cayó signi-

ficativamente y nosotros, a pesar de eso, sostuvimos nuestras ventas. Eso demuestra que nuestros productos funcionan.

¿Y la estrategia para los próximos años?

Tenemos una estrategia a cinco años apoyada en tres pilares: innovación, productividad y portafolio. Innovación hace referencia tanto a nuevas tecnologías como a formas de ver el negocio; nuevas ideas y procesos. La parte de productividad es toda la revisión integral de nuestros procesos y el uso racional de los recursos.

En relación al portafolio, seguimos adaptándonos cada vez más a las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes. En el centro de esa estrategia están ellos.

La innovación es parte de nuestra estrategia de largo plazo porque en una industria como la de la salud animal, la innovación y el desarrollo mueven el negocio.

Invertimos todos los años cerca del 10% de lo que facturamos en investigación y desarrollo cuando, en promedio, la industria invierte alrededor del 5 - 6%.

¿Qué esperan ganar con la adquisición de Bayer Salud Animal?

La adquisición de Bayer nos dará más masa crítica y más materialidad en I+D. Nos fortalece estratégicamente en algunas áreas, como en e-commerce de productos para mascotas en EE.UU. y en el negocio chino. En lo local, hay una complementariedad de portafolios en ganadería y cerdos, que redundará en beneficios para el cliente.

¿Cómo ves el mercado ganadero local?

La ganadería es una industria que tiene una debilidad estructural que es la falta de masa crítica de negocio. En la Argentina hay 50 millones de cabeza de ganado, cerca de 5 millones están en manos de 60 empresas. A ese 10% que conforma la punta de la pirámide apuestan todos los proveedores. Afuera quedan los 190.000 productores que tienen menos de 1.000, para ellos no hay oferta.

Necesitamos masa crítica, que es lo que determina que un negocio sea potencialmente viable. Por eso necesitamos agrandar el portafolio y que el punto de corte a partir

del cual el negocio deja de ser rentable esté más abajo. En esto veo todos los beneficios que tiene sumar portafolio, como con esta adquisición: poder llegar a más gente.

¿Qué otros cambios trajeron aparejado el nuevo estatuto de la compañía?

Una de las grandes novedades es la ampliación del equipo de avicultura, donde triplicamos la fuerza de venta durante 2019.

Apostamos a esta industria porque confiamos en nuestro portafolio, y si bien el mercado interno ya alcanzó un consumo per cápita de 44 kilos y no se espera que crezca mucho más, el futuro está en la exportación.

El mercado asiático se presenta como una oportunidad. Para poder crecer en exportaciones, es necesario que el perfil sanitario esté a la altura.

La Salmonella es una de las trabas, por eso en marzo lanzaremos la vacuna Salmonella Duo, producto líder en el mercado global, una vacuna que cambia el paradigma de control de la enfermedad. Es un hito en la empresa y en la industria. **AR**



Veterinarias Integradas de Argentina S.A.

DISTRIBUYENDO CONFIANZA

VETERINARIAS INTEGRADAS DE ARGENTINA

Representamos y distribuimos a más de 70 laboratorios nacionales y multinacionales.

VENTA EXCLUSIVA EN VETERINARIAS

Comunícate con nosotros:

Tel: (03388) 420777 / 420514 / 424877

Fax: 0800-7777-842 (VIA)

ventas@veterinariasintegradas.com

www.veterinariasintegradas.com

informate acerca de nuestras promociones vigentes:

SEGUINOS EN NUESTRAS REDES



Veterinarias Integradas de Argentina S.A.

© 2016 - Todos los derechos reservados