



TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA
PLANO DE MARKETING

UNIDADE: Embrapa SNT e CNPMS

PRODUTO: Milho BRS CAIMBÉ

PERÍODO: Setembro/2009 a Outubro/2012

RESPONSÁVEL: DEMERVAL - LAUDARES/SNT - Licenciados Fundação
Triângulo

Atividade 1**PRINCIPAIS RESULTADOS DA ANÁLISE DO MACRO AMBIENTE**

AMBIENTE	CARACTERÍSTICA E EVENTOS RELEVANTES	TENDÊNCIAS E PROJEÇÕES	POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS PARA O SEGMENTO
Economia	- Estabilidade	- Manter	- Oportunidade
Legal	- Lei de proteção de cultivares	- Fortalecer	- Oportunidade
	Lei de sementes -		- Oportunidade
Tecnológico	- Uso cultivares médio/alto investimento.	- Crescimento	- Ameaça.
Tecnológico	- Falta de variedades precoces.	- Crescimento	- Oportunidade
Sócio-cultural	- Estímulo à produção agric. Familiar.	Estável	- Oportunidade
Político-Ideológico	- Assentamentos demandando variedades.	- Manter / Aumentar	- Oportunidade
Governamental	--Governo estimulando agricultura familiar.	- Manter	Oportunidade
GLOBALIZAÇÃO	- Demanda mundial como regulador de preços.	- Manter	- Oportunidade
Psicológico	-Orgânico. Demanda por produtos naturais.	- Crescimento	- Oportunidade p/ produtos orgânicos.
Ecológico/Físico Natural	- Redução de área c/aumento produção.	- Manter restrição aumento Área	- Ameaça / Oportunidade
Concorrência Interna			
Concorrência Externa			

Atividade 2**ESTUDO DO PERFIL DAS EMPRESAS CONCORRENTES**

EMPRESA - CATI - AL	U.F.
NACIONAL (X)	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	
AL BANDEIRANTE	
AL 25	
AL 34	

EMPRESA - SANTA HELENA - SHS	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	
SHS 3031	

EMPRESA - EMBRAPA	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	
BR 106	

EMPRESA -	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	

EMPRESA -	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	

Atividade 3 A

CONSIDERAÇÕES SOBRE A OFERTA E O MERCADO

TAMANHO DO MERCADO / SAFRINHA

Área Total / Quantidade do Produto	180.000	hectares
Potencial do Tamanho do mercado		

Época de plantio: VERÃO e INVERNO 2005/06

REGIÃO/ ESTADO	DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DO MERCADO	ÍNDICE %	EVOLUÇÃO NO ÚLTIMO ANO %
PR-N-Oeste	29.600	16%	
SUDESTE	109.500	61%	
C.OESTE	20.900	12%	
NORDESTE	20.000	11%	
		0%	
		0%	
		0%	

180.000

PARTICIPAÇÃO DO PRODUTO NO MERCADO

Produto		GERAL	PR-N-Oeste	SP	MG	ES	RJ	MT	MS	GO/DF		SOMA
AL BANDEIRAI	+	0,00%										0,00%
AL 25	=	0,00%										0,00%
AL 34	-	0,00%										0,00%
SHS 3031	+	0,00%										0,00%
BR 106	-	272,60%	47,71%	44,35%	27,39%	4,04%	100,00%	9,55%	39,56%	21,88%		21,88%
BRS Sol da Ma	+	32,94%	4,76%	0,01%	0,05%	0,00%	0,00%	9,31%	18,81%	3,55%		3,55%
OUTROS	+	0,00%										0,00%
	-	0,00%										0,00%
	-	0,00%										0,00%
	-	0,00%										0,00%
	--	0,00%										0,00%
	=	0,00%										0,00%
		305,54%	52,47%	44,36%	27,44%	4,04%	100,00%	18,86%	58,37%	25,43%	0,00%	25,43%

ÁREA TOTAL	26.189	15.567	83.919	4.210	5.858	2.083	5.369	13.449
BR 106	12.496	6.904	22.987	170	5.858	199	2.124	2.942
Particip. %	47,71	44,35	27,39	4,04	100,00	9,55	39,56	21,88

Atividade 6**PRINCIPAIS FATORES CHAVES DE SUCESSO**

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	GRUPO	PESO	TOTAL	RAZÕES E COMENTÁRIOS
1	Produtividade	3	15		
2	Resistência a acamamento	3	10		
11	Empalhamento	3	12		
12	Altura de planta e espiga	3	9		
16	Ciclo	3	8		
9	Preço	2	4		
10	Marca	2	3		
3	Tipo de grão	2	5		
13	Sanidade do grão	2	7		
14	Adaptabilidade	2	3		
15	Estabilidade	2	3		
17	Uniformidade	2	6		
4	Cercospora	1	3		
5	Ferrugem branca	1	3		
6	Ferrugem comum	1	3		
7	Antracnose	1	3		
8	Diplódia	1	3		
Total					
18		0	0		
19		0	100		

Atividade 7

RESULTADOS DA ANÁLISE COMPARATIVA DAS PRINCIPAIS POTENCIALIDADES E VULNERABILIDADES EM FATORES CHAVES DE SUCESSO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS CONCORRENTES DO MERCADO / SEGMENTO

PRODUTOS CONCORRENTES	POTENCIALIDADES (Fortalezas)	VULNERABILIDADE \ (Fraquezas)
AL BANDEIRANTE		
AL 25		
AL 34		
SHS 3031		
BR 106		

Atividade 10
RANQUEAMENTO DOS PRODUTOS

Noosso produto: **Milho Caimbé**

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	BANDEIRANTE		AL 25		AL 34		Piratininga		BR 106		BRS4103		Caimbé		NOTA	TOTAL
			NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL		
1	Produtividade	25.0	8,5	213	8,0	200	8,0	200	10,0	250	7,0	175	9,00	225	10,0	250		-
2	Resistência a acamamento	18,0	9,0	162	9,0	162	9,0	162	8,0	144	7,0	126	9,00	162	8,5	153		-
3	Empalhamento	12,0	8,0	96	8,0	96	8,0	96	7,5	90	8,0	96	8,00	96	9,0	108		-
4	Altura de planta e espiga	9,0	8,5	77	8,0	72	8,0	72	7,0	63	8,0	72	9,00	81	7,5	68		-
5	Ciclo	8,0	9,0	72	9,0	72	9,0	72	8,5	68	8,0	64	10,00	80	8,5	68		-
8	Tipo de grão	5,0	10,0	50	10,0	50	10,0	50	10,0	50	10,0	50	10,00	50	10,0	50		-
9	Sanidade do grão	7,0	10,0	70	10,0	70	10,0	70	10,0	70	10,0	70	10,00	70	10,0	70		-
10	Adaptabilidade	3,0	9,0	27	8,5	26	8,5	26	9,5	29	7,0	21	9,00	27	9,5	29		-
11	Estabilidade	3,0	9,0	27	8,5	26	8,5	26	9,5	29	7,0	21	9,00	27	9,5	29		-
12	Uniformidade	10,0	8,0	80	8,0	80	8,0	80	8,5	85	8,0	80	9,50	95	9,0	90		-
Total		100%		873		853		853		877		775		913		914		-

Legenda das cores:

	Destaque; apresenta algum diferencial superior aos demais.
	Equivalente, equilibrado ou similar aos demais principais concorrentes;
	Indiferente; pontuação totalmente idêntica aos demais; sem diferencial.
	Inferior aos concorrentes.

Atividade 12 - usar tantas folhas quantos forem os objetivos - MILHO BRS CAIMBÉ
DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS, METAS E ESTRATÉGIAS

Objetivo de Marketing	Metas	Estratégias
	Meta 1 Acréscimo de 1% do mercado de sementes de variedades.	Disponibilizar sementes para plantio de 80 ha para licenciados na Fundação Triângulo
		Folder - destacar produtividade e estabilidade de produção.
		Elaboração da ficha técnica.
		Registro e proteção legal.
Objetivo 1 Aumentar 10% a participação da Embrapa no mercado de sementes de variedades, regiões CO, SE, PR/N-O, em 3 anos. .Reorganizar a produção e a oferta de sementes de variedades com qualidade e maior acompanhamento das licenciadas.	Meta 2 Atingir 3% do mercado de sementes de HS.	Nome sugerido p/a cultivar: BRS CAIMBÉ .
	Meta 3 Atingir 6% do mercado de sementes de HS.	Estratégia 1.1.1
		Estratégia 1.1.2
		Estratégia 1.1.3
		Estratégia 1.1.n
Meta 4	Estratégia 1.1.1	
	Estratégia 1.1.2	
	Estratégia 1.1.3	
	Estratégia 1.1.n	

SIMULAÇÃO DE ATENDIMENTO

Mercado (área): 160.000 hectares; verão-inverno 2010-11
 Meta: 10% área 16.000 hectares - área do agricultor.
 Meta em Kg: 320.000 sementes C-1, C-2 ou S-1

Média produção sementes: 4.000
 Hect. Neces. p/atender 320T 80 hectares de campos de sementes licenciadas.
 Sem.genéticas neces.p/80ha. 1.600 kg
 Expect.sementes disponíveis: 1.400 kg
 Expect.área a ser plantada: 70 hectares para licenciamento.

Reserva de plantio BÁSICA: 10 hectares
 Em kg: 200 kg
 SALDO P/ LICENCIAMENTO: 1200 kg ou 60 hectares.
 Prod.estimada em 60 hectx3T 180000 kg sementes
 Área possível de plantio S1 9000 hectares

Aproximadamente 1400 kg; maioria peneira 20, depois 22 e 24; MÉDIA (70%) e pouco de curta.

