



---

**TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA**

**PLANO DE MARKETING**

**UNIDADE:**

**Embrapa SNT e CNPMS**

**PRODUTO:**

**Milho BRS 3040**

**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
<b>Economia</b>	- Estabilidade	- Manter	- Oportunidade
<b>legal</b>	- Lei de proteção de cultivares	- Fortalecer	- Oportunidade
	Lei de sementes		- Oportunidade
	- Transgênicos	- Manter as restrições	- Oportunidade
<b>Tecnológico</b>	- Uso cultivares médio/alto investimento.	- Crescimento	- Oportunidade
<b>Tecnológico</b>	- Crescimento 2a. Safra	Crescimento	- Oportunidade
<b>Sócio-cultural</b>	- Estímulo à produção.	Estável	- Oportunidade
<b>Político-Ideológico</b>	- Internacionalização de Preços	- Manter / Aumentar	- Oportunidade
	- Estoques Governamentais		
<b>Governamental</b>	- Falta de Infra Estrutura Adequada	- Manter	- Ameça pela dificuldade de exportar, falta de estrutura transporte e armazenagem.
<b>Globalização</b>	- Aumento de exportação de carne	- Manter e aumentar	- Oportunidade (possível falta no mercado)
	- Exportação de milho como regulador de preços.	- Manter	- Oportunidade
<b>Psicológico</b>	- Transgênicos	- Manter	- Oportunidade p/ produtos ñ transgênicos, procura externa produtos ñ transgenicos
<b>Ecológico/Físico Natural</b>	- Redução de área c/aumento produção.	- Manter restrição aumento Área	- Ameça / Oportunidade
<b>Concorrência Interna</b>			
<b>Concorrência Externa</b>			

<b>Atividade 2</b>
<b>ESTUDO DO PERFIL DAS EMPRESAS CONCORRENTES</b>

<b>EMPRESA</b> - PIONNER	<b>U.F.</b>
NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>	
P3021	

<b>EMPRESA</b> - SYNGENTA	<b>U.F.</b>
NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>	
Maximus	

<b>EMPRESA</b> - MONSANTO	<b>U.F.</b>
NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>	
AG7000	
DKB455	

--

<b>EMPRESA</b> - EMBRAPA	<b>U.F.</b>
NACIONAL ( X )	ESTRANGEIRA ( )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>	
BRS3025	

<b>EMPRESA</b> -	<b>U.F.</b>
NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>	





**Atividade 6****PRINCIPAIS FATORES CHAVES DE SUCESSO**

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	NOTA	TOTAL	RAZÕES E COMENTÁRIOS
1	1. Estabilidade de produção	15,0	0	0	
2	2. Acamamento/Quebramento	13,0	0	0	
3	3. Sanidade de grãos	12,0	0	0	
4	4. Adaptabilidade	11,0	0	0	
5	5. Tipo de grão	10,0	0	0	
6	6. Qualidade da semente	9,8	0	0	
7	7. Sanidade foliar	8,8	0	0	
8	8. Produtividade	7,3	0	0	
9	9. Ciclo	7,3	0	0	
10	10. Producibilidade	5,8	0	0	
		0	0	0	
		0	0	0	
<b>Total</b>		<b>100%</b>			

**Atividade 8****POSIÇÃO COMPETITIVA DO PRODUTO - PRINCIPAIS VANTAGENS COMPETITIVAS**

<b>A</b>	<b>Competências exclusivas - vantagens competitivas e sustentáveis em relação a todos os concorrentes</b>
1	Acamamento e quebramento
2	Adaptabilidade
3	Produtividade
4	Tipo de grão

<b>B</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 1:</b>
1	
2	
3	

<b>C</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 2:</b>
1	
2	
3	

<b>D</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 3:</b>
1	
2	
3	

**Atividade 10 -**

**RANQUEAMENTO DO PRODUTO**

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	P3021		Maximus		AG7000		DKB455		BRS3025		BRS 3040	
			NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL
1	1. Estabilidade de produção	15,0	9	135	7	105	8	120	8	120	7,5	112,5	8,5	127,5
2	2. Acamamento/Quebramento	13,0	8	104	6	78	9	117	8	104	8,5	110,5	9	117
3	3. Sanidade de grãos	12,0	8	96	7,5	90	8	96	7	84	7,5	90	7,5	90
4	4. Adaptabilidade	11,0	9	99	8	88	8,5	93,5	8,5	93,5	8,5	93,5	9	99
5	5. Tipo de grão	10,0	8	80	8,5	85	7	70	8,5	85	8	80	8	80
6	6. Qualidade da semente	9,8	10	98	10	98	10	98	10	98	10	98	10	98
7	7. Sanidade foliar	8,8	7	61,6	7,5	66	7	61,6	8	70,4	7,5	66	6,5	57,2
8	8. Produtividade	7,3	7	51,1	8,5	62,05	7	51,1	8	58,4	8,5	62,05	9	65,7
9	9. Ciclo	7,3	8	58,4	9	65,7	6,5	47,45	9	65,7	8	58,4	7,5	54,75
10	10. Producibilidade	5,8	9	52,2	7	40,6	7,5	43,5	8,5	49,3	7	40,6	7	40,6
<b>Total</b>		<b>100,0</b>	<b>835</b>		<b>778</b>		<b>798</b>		<b>828</b>		<b>812</b>		<b>830</b>	





**Atividade 12 - usar tantas folhas quantos forem os objetivos - MILHO BRS 3040**

**DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS, METAS E ESTRATÉGIAS**

Objetivo de Marketing	Metas	Estratégias
<p><b>OBJETIVO 1</b>  <b>Aumentar a participação da Embrapa no mercado de sementes de híbrido Triplo, passando a 4%, com esse híbrido, em 03 anos.</b></p>	<p><b>Meta 1 - Ano 1</b>                      (nov/09 a out/10)  <b>Atingir 1% do mercado de sementes de HT.</b></p>	<p>Preparar marcadores moleculares p/registro no MAPA e Cartório.                      Registro e proteção legal até 30/12/2009.                      Elaboração da ficha técnica do híbrido, para uso no edital e pelos licenciados.                      Elaboração da ficha técnica dos parentais, até 30/nov/09, para os produtores selecionados.                      Preparar e divulgar edital, com abertura final de novembro/09 e entrega das sementes em dez/09.                      Disponibilizar sementes para plantio de 40 ha para licenciados na Fundação Triângulo</p>
	<p><b>Meta 2 - Ano 2</b>  <b>Atingir 2% do mercado de sementes de HT.</b></p>	<p><b>Preparo de vídeo institucional e do produto, para divulgação, até maio/2010.</b>                      Preparo de campanha de comunicação integrada com os produtores licenciados, até maio/2010.  <b>Preparo de materiais de divulgação (folders, cartazes, malas diretas, mídia etc), até junho/2010.</b>                      Planejamento de Unidades Demonstrativas com Licenciados, visando demonstração e dias de campo.                      Continuidade do processo de divulgação (dias de campo, Uds, Vitrines, feiras, internet...)</p>
	<p><b>Meta 3 - Ano 3</b>  <b>Atingir 4% do mercado de sementes de HT.</b></p>	<p>Revisão e atualização do plano de marketing em conjunto com os licenciados, até abril/2011.</p>