



---

***TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA***

**PLANO DE MARKETING**

**UNIDADE:** Embrapa SNT e CNPMS

**PRODUTO:** Sorgo BRS 802 (CMSXS765 - corte e pastejo)

**PERÍODO:** Outubro/2009 a Setembro/2012

**RESPONSÁVEL:** Laudares/SNT; Licenciados Fundação Triângulo

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

<b>AMBIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICA E EVENTOS RELEVANTES</b>	<b>TENDÊNCIAS E PROJEÇÕES</b>	<b>POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS PARA O SEGMENTO</b>
<b>Economia</b>	- Estabilidade	- Manter	- Oportunidade
<b>Legal</b>	- Lei de proteção de cultivares	- Fortalecer	- Oportunidade
	- Transgênicos	- Manter as restrições	- Oportunidade
<b>Tecnológico</b>	Plantio direto x produção de palhada; ILPF;	Aumentar;	- Oportunidade
<b>Sócio-cultural</b>			
<b>Político-Ideológico</b>	- Internacionalização de Preços	- Manter / Aumentar	- Oportunidade
	- Estoques Governamentais		
<b>Governamental</b>	Incentivo à agricultura familiar e ILPF	Manter / Aumentar	- Oportunidade
<b>Globalização</b>	- Aumento de exportação de carne e leite	- Manter e aumentar	- Oportunidade (possível falta no mercado)
	- Fusão de grandes empresas	- Manter e crescer	- Ameaça
<b>Psicológico</b>	- Transgênicos	- Manter/ Aumentar	- Oportunidade p/ produtos ã transgênicos, procura externa produtos ã transgenicos
<b>Ecológico/Físico Natural</b>	- Aumento de área	- Manter restrição aumento Área	- Ameaça / Oportunidade
<b>Concorrência Interna</b>			
<b>Concorrência Externa</b>			

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

<b>EMPRESA</b> -	<b>EMBRAPA</b>	<b>U.F.</b>
	NACIONAL ( X )	ESTRANGEIRA ( )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>		
BRS 800		

<b>EMPRESA</b> -	<b>DOW</b>	<b>U.F.</b>
	NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>		
IP 400		

<b>EMPRESA</b> -	<b>MONSANTO</b>	<b>U.F.</b>
	NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>		
AG 2501		

<b>EMPRESA</b> -	<b>EMBRAPA</b>	<b>U.F.</b>
	NACIONAL ( x )	ESTRANGEIRA ( )
<b>LINHA DE PRODUTOS</b>		
BRS 801		

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

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

**Atividade 3 A**

**CONSIDERAÇÕES SOBRE A OFERTA E O MERCADO**

**TAMANHO DO MERCADO / SAFRA**

Área Total / Quantidade do Produto

880 t

Potencial do Tamanho do mercado

REGIAO/ ESTADO	DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DO MERCADO	ÍNDICE %	EVOLUÇÃO NO ÚLTIMO ANO %	ÁREA TOTAL
SP+MG	3	0%		
RS	700	80%		
PR+SC	160	18%		
GO + MT + MS	3	0%		

866

**PARTICIPAÇÃO DO PRODUTO NO MERCADO**

Produto	GERAL	SP+MG	RS	PR+SC	GO + MT + MS	0
BRS 800	11,00%	10,00%	9,20%	6,00%	23,00%	18,00%
IP 400	0,00%					
AG 2501	80,00%					
BRS 801	9,00%					
	0,00%					
	0,00%					
	0,00%					
	0,00%					
	0,00%					
<b>SOMA</b>	<b>100,00%</b>	<b>10,00%</b>	<b>9,20%</b>	<b>6,00%</b>	<b>23,00%</b>	<b>18,00%</b>

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

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	NOTA	TOTAL	RAZÕES E COMENTÁRIOS	
1	Produtividade de massa verde	13	1	13		1
2	Resistência a acamamento	6	1	6		2
3	Antracnose	9	1	9		1
4	Ferrugem	4	1	4		3
5	Mildio	12	1	12		1
6	Helminthosporiose	9	1	9		1
7	Capacidade de rebrota	11	1	11		1
8	Adaptabilidade	6	1	6		2
9	Estabilidade	7	1	7		2
10	Qualidade nutricional	10	1	10		2
11	Ponto de venda	3	1	3		3
12	Marca	4	1	4		3
13	Preço	4	1	4		2
14	Pacote tecnológico	2	1	2	Pact.Tecn./Informações.	3
15		0	0	0		
16		0	0	0	G 1 = 5 = 52 P	
17		0	0	0	G 2 = 5 = 30 P	
18		0	0	0	G 3 = 4 = 18 P	
		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	Resistência a míldio
2	Qualidade nutricional
3	Produtividade de massa

<b>B</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 1: BR 800</b>
1	Resistência a míldio
2	
3	

<b>C</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 2: 1P400</b>
1	Produtividade de massa
2	
3	

<b>D</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 3: AG2501</b>
1	Qualidade nutricional
2	
3	

<b>D</b>	<b>Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 4: BRS 801</b>
1	Resistência a míldio
2	
3	

## Atividade 10

### RANQUEAMENTO DO PRODUTOS

Orde	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	BRS 800		IP 400		AG 2501		BRS 801		BRS 802	
			NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL	NOTA	TOTAL
1	Produtividade de massa verde	13	8,0	104	9,0	117	10,00	130	6,0	78	9,0	117,00
2	Resistência a acamamento	6	9,0	54	9,0	54	10,00	60	6,0	36	10,0	60,00
3	Antracnose	9	8,0	72	9,0	81	9,00	81	6,0	54	9,0	81,00
4	Ferrugem	4	8,0	32	9,0	36	9,00	36	5,0	20	9,0	36,00
5	Mildio	12	5,0	60	9,0	108	9,00	108	5,0	60	10,0	120,00
6	Helminthosporiose	9	7,0	63	8,0	72	8,00	72	6,0	54	8,0	72,00
7	Capacidade de rebrota	11	8,0	88	8,0	88	9,00	99	7,0	77	8,0	88,00
8	Adaptabilidade	6	9,0	54	8,0	48	9,00	54	7,0	42	9,0	54,00
9	Estabilidade	7	9,0	63	9,0	63	9,00	63	9,0	63	9,0	63,00
10	Qualidade nutricional	10	9	90	9	90	10,00	100	6,0	60	9,0	90,00
11	Ponto de venda	3	7,0	21	7,0	21	10,00	30	6,0	18	7,0	21,00
12	Marca	4	9,0	36	7,0	28	10,00	40	7,0	28	9,0	36,00
13	Preço	4	8,0	32	8,0	32	6,00	24	7,0	28	8,0	32,00
14	Pacote tecnológico	2	8,0	16	9,0	18	10,00	20	7,0	14	8,0	16,00
15	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		100%		<b>785</b>		<b>856</b>		<b>917</b>		<b>632</b>		<b>886</b>

**Atividade 12 - usar tantas folhas quantos forem os objetivos**

**DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS, METAS E ESTRATÉGIAS**

Objetivo de Marketing	Metas	Estratégias
Ocupar 10% do mercado	Desenv.pac.tecn.	Distribuição
		Folder
	Reg.Prot.Licenc.Lançam.	Estratégia 1.1.1 Registrar e proteger até Março de 2010
		Estratégia 1.1.3 Elaborar FICHA TÉCNICA.
	Produção de sem.básicas	Estratégia 1.1.1 Disponibilizar sem.básicas: 200 KG F e 50 kg M. Proporção 4 x 1.