



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**

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
	- Transgênicos	- Manter as restrições	- Oportunidade
Tecnológico	Plantio direto x produção de palhada; ILPF;	Aumentar;	- Oportunidade
Sócio-cultural			
Político-Ideológico	- Internacionalização de Preços	- Manter / Aumentar	- Oportunidade
	- Estoques Governamentais		
Governamental	Incentivo à agricultura familiar e ILPF	Manter / Aumentar	- Oportunidade
Globalização	- Aumento de exportação de carne e leite	- Manter e aumentar	- Oportunidade (possível falta no mercado)
	- Fusão de grandes empresas	- Manter e crescer	- Ameaça
Psicológico	- Transgênicos	- Manter/ Aumentar	- Oportunidade p/ produtos ã transgênicos, procura externa produtos ã transgenicos
Ecológico/Físico Natural	- Aumento de área	- Manter restrição aumento Área	- Ameaça / Oportunidade
Concorrência Interna			
Concorrência Externa			

Atividade 2			
ESTUDO DO PERFIL DAS EMPRESAS CONCORRENTES			

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

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

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

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

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 / 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%					
SOMA	100,00%	10,00%	9,20%	6,00%	23,00%	18,00%

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		
Total		100%				

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

A	Competências exclusivas - vantagens competitivas e sustentáveis em relação a todos os concorrentes
1	Resistência a míldio
2	Qualidade nutricional
3	Produtividade de massa

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

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

D	Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 3: AG2501
1	Qualidade nutricional
2	
3	

D	Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 4: BRS 801
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	Helmintosporiose	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		100%		785		856		917		632		886

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.