



---

**TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA**

**PLANO DE MARKETING**

**UNIDADE:** Embrapa SNT e CNPMS

**PRODUTO:** SORGO BRS 332

**PERÍODO:** Novembro/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	- Oportunidade
Tecnológico	- Crescimento 2a. Safra	Crescimento	- Oportunidade
Sócio-cultural	- Estímulo à produção.	Estável	- Oportunidade
Político-Ideológico	- Internacionalização de Preços	- Manter / Aumentar	- Oportunidade
	- Estoques Governamentais		
Governamental	- Falta de Infra Estrutura Adequada	- Manter	- Ameça pela dificuldade de exportar, falta de estrutura transporte e armazenagem.
Globalização	- Aumento de exportação de carne	- Manter e aumentar	- Oportunidade (possível falta no mercado)
Psicológico			
Ecológico/Físico Natural	- Redução de área c/aumento produção.	- Manter restrição aumento Área	- Ameça / Oportunidade
Concorrência Interna			
Concorrência Externa			

Atividade 2  
ESTUDO DO PERFIL DAS EMPRESAS CONCORRENTES

EMPRESA	- Monsanto	U.F.
	NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( X )
LINHA DE PRODUTOS		
AG1040		
DKB599		

EMPRESA	- DOW Agro Sciences	U.F.
	NACIONAL ( )	ESTRANGEIRA ( )
LINHA DE PRODUTOS		
1G220		

EMPRESA	- Embrapa	U.F.
	NACIONAL ( X )	ESTRANGEIRA ( )
LINHA DE PRODUTOS		
BRS 310		
BR 304		
BRS 330		

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

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

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



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

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	NOTA	TOTAL	RAZÕES E COMENTÁRIOS
1	1. Produtividade	20,682	0	0	
2	2. Estabilidade de produção	15,682	0	0	
3	3. Resistencia Acamamento	13,182	0	0	
4	4. Sanidade foliar	12,273	0	0	
5	5. Ciclo (Precocidade)	10,682	0	0	
6	6. Adaptabilidade	8,864	0	0	
7	7. Porte	8,182	0	0	
8	8. Sanidade de grãos	5,909	0	0	
9	9. Tamanho de semente	4,545	0	0	
10			0	0	
11			0	0	
12			0	0	
13			0	0	
14			0	0	
15			0	0	
16			0	0	
17			0	0	
Total		100%			

**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	Sanidade de grãos
2	Resistência a acamamento
3	

<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 DOS PRODUTOS

Order	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	BRS 330		BRS 332		BRS 310		BRS 304		1G220		AG1040		DKB599	
			Nota	PxN	Nota	PxN	Nota	PxN	Nota	PxN	Nota	PxN	Nota	PxN	Nota	PxN
1	1. Produtividade	20,682	8,5	175,80	8	165,45	8	165,45455	6	124,09	9	186,14	9	186,14	10	206,82
2	2. Estabilidade de produção	15,682	10	156,82	8,5	133,30	10	156,81818	10	156,82	10	156,82	9	141,14	6	94,09
3	3. Resistencia Acamamento	13,182	10	131,82	10	131,82	10	131,81818	9	118,64	10	131,82	10	131,82	10	131,82
4	4. Sanidade foliar	12,273	9	110,45	9	110,45	7	85,909091	6	73,64	7	85,91	10	122,73	9	110,45
5	5. Ciclo (Precocidade)	10,682	7,5	80,11	7,5	80,11	7,5	80,113636	10	106,82	7	74,77	7,5	80,11	7	74,77
6	6. Adaptabilidade	8,864	8	70,91	8	70,91	8	70,909091	10	88,64	8	70,91	8	70,91	7	62,05
7	7. Porte	8,182	9	73,64	8,5	69,55	8	65,454545	10	81,82	8	65,45	8	65,45	9	73,64
8	8. Sanidade de grãos	5,909	10	59,09	10	59,09	10	59,090909	10	59,09	10	59,09	10	59,09	10	59,09
9	9. Tamanho de semente	4,545	8	36,36	8	36,36	7	31,818182	9	40,91	9	40,91	9	40,91	10	45,45
Total		100,000		895,00		857,05		847,39		850,45		871,82		898,30		858,18



**SORGOS GRANÍFEROS**

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

**DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS, METAS E ESTRATÉGIAS**

Objetivo de Marketing	Metas	Estratégias
<p align="center"><b>Objetivo: Aumentar a participação da Embrapa no segmento de sorgo granífero.</b></p>	<p>Disponibilizar sementes de 100 ha, do BRS 332, em 2009.</p>	<p>Registro e proteção dos parentais e registro do híbrido, até 30/11/2009.</p> <p>Produção de sementes dos parentais e do híbrido comercial, para disponibilização até 11/2009.</p> <p>Elaboração da ficha técnica.</p> <p>Disponibilizar sementes para plantio de 460 ha para licenciados na Fundação Triângulo</p>
	<p>Disponibilizar sementes de 200 ha, do BRS 332, em 2010.</p>	<p>Elaboração das peças de divulgação até abril/2010</p> <p>Providenciar quantidade adequada de sementes dos parentais</p>
	<p>Disponibilizar sementes de 300 ha, do BRS 332, em 2011.</p>	<p>Providenciar quantidade adequada de sementes dos parentais</p>
	<p>Disponibilizar sementes de 400 ha, do BRS 332, em 2012.</p>	<p>Providenciar quantidade adequada de sementes dos parentais</p>