



TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA

PLANO DE MARKETING

UNIDADE: Embrapa SNT e CNPMS

PRODUTO: Sorgo BRS 810 (CMSXS766 - 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	- 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 (<input checked="" type="checkbox"/>)	ESTRANGEIRA ()
LINHA DE PRODUTOS	
BRS 800	

EMPRESA - DOW	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA (<input checked="" type="checkbox"/>)
LINHA DE PRODUTOS	
IP 400	

EMPRESA - MONSANTO	U.F.
NACIONAL ()	ESTRANGEIRA (<input checked="" type="checkbox"/>)
LINHA DE PRODUTOS	
AG 2501	

EMPRESA - EMBRAPA	U.F.
NACIONAL (<input checked="" type="checkbox"/>)	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%		
		0%		
		0%		
		0%		

866

PARTICIPAÇÃO DO PRODUTO NO MERCADO								
Produto	GERAL	SP+MG	RS	PR+SC	GO + MT + M	0	0	0
BRS 800	11,00%	10,00%	9,20%	6,00%	23,00%	18,00%		1,50%
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%		1,50%

Atividade 6
PRINCIPAIS FATORES CHAVES DE SUCESSO

Ordem	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	NOTA	TOTAL	RAZÕES E COMENTÁRIOS
1	Produtividade de massa verde	10	1	10	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	Helmintosporiose	9	1	9	1
7	Capacidade de rebrota	10	1	10	1
8	Adaptabilidade	6	1	6	2
9	Estabilidade	7	1	7	2
10	Qualidade nutricional	15	1	15	2
11	Ponto de venda	3	1	3	3
12	Marca	3	1	3	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	Qualidade nutricional
3	

C	Principais vantagens competitivas em relação ao concorrente 2: 1P400
1	Qualidade nutricional
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	Qualidade nutricional
3	

Atividade 10
RANQUEAMENTO DO PRODUTOS

Orde	FATORES CHAVES DE SUCESSO	PESO	BRS 800		IP 400		AG 2501		BRS 801		BRS 810	
			NOTA	TOTAL								
1	Produtividade de massa verde	10	8,0	80	9,0	90	10,00	100	6,0	60	9,0	90,00
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	10	8,0	80	8,0	80	9,00	90	7,0	70	8,0	80,00
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	15	9	135	9	135	10,00	150	6,0	90	9,0	135,00
11	Ponto de venda	3	7,0	21	7,0	21	10,00	30	6,0	18	7,0	21,00
12	Marca	3	9,0	27	7,0	21	10,00	30	7,0	21	9,0	27,00
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%	789		859		918		630		887	

Atividade 12 - usar tantas folhas quanto 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.n
		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.