



# *Plano de Negócios do Estilosantes Campo Grande*

*Tênisson Waldow de Souza*

*Araê Boock*

*Lúcia Gatto*

*República Federativa do Brasil*

*Fernando Henrique Cardoso*  
Presidente

*Ministério da Agricultura e do Abastecimento*

*Marcus Vinicius Pratini de Moraes*  
Ministro

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária*

*Conselho de Administração*

*Márcio Fortes de Almeida*  
Presidente

*Alberto Duque Portugal*  
Vice-Presidente

*Dietrich Gerhard Quast*  
*José Honório Accarini*

*Sérgio Fausto*

*Urbano Campos Ribeiral*  
Membros

*Diretoria-Executiva da Embrapa*

*Alberto Duque Portugal*  
Diretor-Presidente

*Dante Daniel Giacomelli Scolari*  
*Elza Ângela Battagia Brito da Cunha*  
*José Roberto Rodrigues Peres*  
Diretores

*Embrapa Gado de Corte*

*Araê Boock*  
Chefe-Geral



# *Plano de Negócios do Estilosantes Campo Grande*

*Tênisson Waldow de Souza  
Araê Boock  
Lúcia Gatto*

**Embrapa Gado de Corte. Documentos 102**

*Exemplares desta publicação podem ser adquiridos na:*

**Embrapa Gado de Corte**  
Rodovia BR 262 km 4  
Caixa Postal 154  
CEP 79002-970 - Campo Grande, MS  
Fone: (67) 768-2064  
Fax: (67) 763-2700  
[www.cnpgc.embrapa.br](http://www.cnpgc.embrapa.br)

**Tiragem:** 10 exemplares

**COMITÊ DE PUBLICAÇÕES**

Ademir Hugo Zimmer - Presidente  
Cacilda Borges do Valle  
Ecila Carolina Nunes Zampieri Lima - Coordenação Editorial  
José Raul Valério  
Manuel Cláudio Motta Macedo  
Maria Antonia Martins de Ulhôa Cintra - Normalização  
Osni Corrêa de Souza - Secretário Executivo  
Ronaldo de Oliveira Encarnação  
Tênisson Waldow de Souza  
Valéria Pacheco Batista Euclides

Souza, Tênisson Waldow de.

Plano de negócios do estilosantes Campo Grande / Tênisson Waldow de Souza, Araê Boock, Lúcia Gatto. -- Campo Grande : Embrapa Gado de Corte, 2000.

45 p. -- Documentos / Embrapa Gado de Corte, ISSN 1517-3747 ; 102

ISBN 85-297-0085-6

1. Estilosantes Campo Grande - Mercado. I. Boock, Araê. II. Gatto, Lúcia. III. Embrapa Gado de Corte (Campo Grande, MS). IV. Título. V. Série.

CDD 633.2

© Embrapa 2000

# **Plano de Negócios**

## **Unidade: Embrapa Gado de Corte**

### **Produto:**

### **Estilosantes Campo Grande**

#### **Introdução**

O presente Plano de Marketing foi elaborado visando à introdução e lançamento de uma nova cultivar de Estilosantes, identificada e selecionada por pesquisadores da Embrapa Gado de Corte em Campo Grande/MS.

A oportunidade do lançamento justifica-se pela perfeita adequação entre as características agronômicas do produto e a finalidade da sua aplicação, considerando-se o ambiente para o qual está destinado.

A atividade pecuária brasileira está assentada em 105 milhões de hectares, dos quais 60 milhões são solos constituídos de areias quartzosas ou de textura franco-arenosa, portanto, solos altamente intemperizados, de baixa fertilidade natural

e mais sujeitos a processos erosivos. Estes fatores e outros de ordem tecnológica são responsáveis pela rápida deterioração das pastagens e consequente diminuição da capacidade de suporte animal provocando perdas sensíveis de produtividade e abandono da atividade.

Este cenário exige uma mudança no sistema produtivo, tendo em vista a área envolvida para a qual restam poucas alternativas de diversificação, a abrangência nacional da atividade e sua importância na produção de alimentos, na geração de renda e no suporte à agroindústria brasileira.

Ressalta-se portanto a importância da introdução do Estilosantes Embrapa como tecnologia apropriada para consorciação com gramíneas na recuperação das pastagens degradadas em solos de textura leve e no aumento da sua vida útil.

#### **Análise do Macro Ambiente**

Alguns fatores podem ser relacionados como eventos relevantes e com possíveis consequências para o marketing do produto:

- o aumento sistemático do preço dos fertilizantes nitrogenados exigindo fontes alternativas de fornecimento de N,

- o advento da lei de sementes provocando maior demanda por materiais com origem genética conhecida e de maior qualidade,
- a baixa fertilidade dos solos nos quais assenta-se a maior parte da atividade pecuária exigindo o uso de pastagens consorciadas,

- a resistência e ceticismo dos criadores à prática de consorciação pode ser um entrave à maior adoção da tecnologia,
- políticas regionais para aumento da produtividade e da qualidade da carne,
- campanhas de valorização da carne "branca" impactando negativamente o consumo de carne bovina,
- renovação do perfil psicológico dos criadores permitindo a introdução de alternativas tecnológicas,

- crescimento da consciência ecológica exigindo tecnologias de menor impacto ambiental e maior eficiência na atividade,
- caráter consumista do mercado exigindo vantagens comparativas e maior qualificação do produto e da assistência técnica.

### **Análise de Concorrência**

Não há uma concorrência de mercado bem definida e de fácil mensuração, em razão da baixa adaptação dos produtos similares e da baixa adoção da prática de consorciação de pastagens.

- Empresa A : Sementes Matsuda = empresa nacional, produtora de sementes de Estilosantes Mineirão e Calopogônio.

- Empresa B : Sementes Cabral = empresa nacional, produtora de sementes do Estilosantes Mineirão.
- Empresa C : Sementes Boi Gordo = empresa nacional, produtora de sementes do Estilosantes Mineirão.

### **Análise da Indústria da Oferta e do Mercado**

#### **Tamanho do Mercado**

Considera-se um mercado de 1.500.000 hectares de pastagens degradadas predispostos à adoção imediata da tecnologia de consorciação entre *Brachiaria decumbens* e o Estilosantes Campo Grande.

A distribuição regional deste mercado caracteriza-se pela concentração na região Centro-Oeste, com 90% da área, correspondendo a 1.350.000 hectares; e na região Sudeste, com 10% da área correspondendo a 150.000 ha.

## Participação das Empresas Concorrentes no Mercado

- Empresa **A** : estima-se uma participação de 50% no mercado de leguminosas forrageiras em geral.
- Empresa **B** : estima-se uma participação de 30% no mercado de leguminosas forrageiras em geral.
- Empresa **C** : estima-se uma participação de 20% no mercado de leguminosas forrageiras em geral.

## Segmentos de Mercado

- Segmento **A** = produtores de alta tecnologia, com participação de 4% que corresponde a 2,4 mil produtores.
- Segmento **B** = produtores de média tecnologia, com participação de 30% que corresponde a 18 mil produtores.
- Segmento **C** = produtores de baixa tecnologia, com participação de 66% que corresponde a 40 mil produtores.

## Participação por segmento

O produto concorrente número 1 que é o Estilosantes Mineirão tem 99% de participação no segmento **A** e apenas 1% de participação no segmento **B**.

## Fatores Chaves do Sucesso

Considerou-se os fatores chaves de sucesso para o desempenho de uma leguminosa forrageira no mercado. Foram atribuídos pesos para cada fator.

1- Persistência a campo	= peso 16
2- Adaptação a solos de baixa fertilidade	= peso 12
3- Consorciação com <i>Brachiaria decumbens</i>	= peso 12
4- Rendimento de sementes	= peso 12
5- Colheita mecânica	= peso 8
6- Produção de matéria seca	= peso 8
7- Resistência a doenças	= peso 8
8- Fixação de nitrogênio	= peso 8
9- Aceitabilidade	= peso 8
10-Valor nutritivo na seca	= peso 4
11-Impacto ambiental	= peso 4

## Análise das Potencialidades e Vulnerabilidades

Concorrente 1:

### Estilosantes Mineirão

#### Potencialidades

resistência à antracnose  
alta produção de matéria seca  
bom valor nutritivo na seca  
boa aceitabilidade  
média fixação de N  
boa consorciação  
média tolerância a baixa fertilidade

#### Vulnerabilidades

baixo rendimento de sementes  
suscetível à cercosporiose  
colheita manual  
baixa persistência

Concorrente 2:

### Calopogônio

#### Potencialidades

alto rendimento de sementes  
boa resistência a doenças  
colheita mecânica  
média produção de matéria seca  
média fixação de N  
boa consorciação  
média tolerância à baixa fertilidade

#### Vulnerabilidades

baixa aceitabilidade  
baixa persistência  
baixo valor nutritivo na seca

Nosso produto:

## Estilosantes Campo Grande

### Potencialidades

alto rendimento de sementes  
resistência a doenças  
colheita mecânica  
média produção de matéria seca  
boa aceitabilidade  
ótima fixação de N  
boa persistência  
boa consorciação  
ótima tolerância à baixa fertilidade

### Vulnerabilidades

baixo valor nutritivo na seca  
baixa estabilidade genética

### *Principais vantagens competitivas*

#### Competências exclusivas

Colheita mecânica e alta taxa de ressemeadura natural.

### **Principais vantagens competitivas em relação ao Estilosantes Mineirão**

Rendimento de sementes, colheita mecânica, ressemeadura natural, fixação de nitrogênio, tolerância à baixa fertilidade do solo.

### **Principais vantagens competitivas em relação ao Calopogônio**

Aceitabilidade, persistência natural, tolerância à baixa fertilidade do solo, fixação de nitrogênio.

## **Principais desvantagens competitivas**

### **Desvantagens crônicas**

Baixo valor nutritivo na seca

### **Principais desvantagens competitivas em relação ao Estilosantes Mineirão**

Valor nutritivo na seca, produtividade de matéria seca, baixa estabilidade genética.

### **Principais desvantagens competitivas em relação ao Calopogônio**

Nenhuma.

### **Determinação do “Ranking” dos produtos**

<b>Ítem</b>	<b>Mineirão</b>	<b>Calopog</b>	<b>C.Grande</b>	<b>Mineirão</b>	<b>Calopog</b>	<b>C.Grande</b>
Rendimento de sementes	03	08	10	36	96	<b>120</b>
Resistência a doenças	07	10	08	56	80	<b>64</b>
Colheita mecânica	02	10	10	16	80	<b>80</b>
Produção de matéria seca	10	05	06	80	40	<b>48</b>
Valor nutritivo na seca	10	04	06	40	16	<b>24</b>
Aceitabilidade	08	03	10	64	24	<b>80</b>
Fixação de nitrogênio	07	07	10	56	56	<b>80</b>
Persistência	07	06	10	112	96	<b>160</b>
Facilidade de consórcio	09	10	09	108	120	<b>108</b>
Impacto ambiental	09	08	10	36	32	<b>40</b>
Tolerância a baixa fertilidade	08	07	10	96	84	<b>120</b>
				<b>700</b>	<b>724</b>	<b>924</b>

## Definição de Objetivos, Metas e Estratégias

### Objetivo

Adoção do Estilosantes Campo Grande pelos agricultores pecuaristas.

### Meta

Atingir 6,6% (100 mil hectares) do mercado potencial (1.500.000 hectares) em 2001/2002.

### Estratégias

- Implantar 146 ha de *Stylosanthes capitata* e 35 ha de *Stylosanthes macrocephala* em 1999, para produção de 15 t de sementes básicas em 2000.
- Identificar e selecionar produtores de sementes para multiplicação de 10 t de sementes básicas em 2000/2001.
- Comercializar 5 t de sementes comerciais em 2000 para agricultores pecuaristas, via produtores de sementes selecionados, como difusão do produto.
- Disponibilizar ao mercado 300 t de sementes comerciais, por intermédio dos produtores selecionados, em 2001, para plantio de 100 mil ha de pastagens consorciada.  
(Memória de cálculo: 10 t ÷ 3 kg/ha = 3.333 ha x 90 kg/ha = 300 t)
- Realizar dois Dias de Campo, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte, em junho de 2000.
- Produzir material de divulgação, circular técnica e vídeo, sobre a implantação e manejo do produto na produção e consociação.

## **Plano de Produto (síntese)**

O Estilosantes Campo Grande é uma espécie leguminosa destinada à consorcação de pastagens, especialmente com *Brachiaria decumbens*, resultante da mistura entre o *S. capitata* e o *S. macrocephala* e apresenta as seguintes características:

- rendimento de sementes de 100 a 150 kg/ha de sementes escarificadas
- colheita mecanizada
- indicado para recuperação de pastagens degradadas
- ótimo fixador de nitrogênio
- tolerante às principais doenças e resistente à cercosporiose e murcha fúngica
- taxa de semeadura de 3 kg/ha

A semente será comercializada em embalagem de papel multifoliado com capacidade de 10 kg de sementes e obedecerá aos seguintes padrões mínimos:

Germinação = 80%;  
Pureza Física = 80%;  
Valor Cultural = 64%.

## **Plano de Preço (síntese)**

O preço de lançamento das 10 t de sementes básicas para os produtores de sementes selecionados para a multiplicação, em 2000, será de R\$ 80,00 /kg.

O preço das 5 t de semente comercial a ser repassada aos agricultores pecuaristas como difusão do produto, em 2000, será de R\$ 50,00 /kg.

Em maio/2000 será realizada uma reunião entre o SNT e a Embrapa Gado de Corte para discussão do contrato a ser feito com os produtores de sementes selecionados e definição do tipo de cobrança sobre os direitos do produto.

## Plano de Comunicação (síntese)

### Programa de mídia

- Dias de Campo em 2000, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte.
- Elaboração de circular técnica sobre a implantação e manejo do produto.
- Inserção de matéria no Globo Rural.
- Produção de vídeo sobre o produto.

Mês	Atividade	Agente/Atividade	Período
Fevereiro	Definição nominal do produto	ANT/SNT . Estudo de identidade nominal.	Fevereiro
Maio	Pré-lançamento do Estilosantes . Veiculação em mídia : TV: MS/Rural; Globo Rural Rádio: Nacional/Regional	ACE . Preparação de matéria informativa para suporte a veiculação. . Treinamento interno para informação . Contatos para veiculação . Fechamento de programação . Veiculação	Abril Abril Abril Abril Maio
	Imprensa: Jornais de âmbito nacional/ suplementos agrícolas.	Preparação de releases/material visivo. . Contatos de veiculação . Fechamento de programação . Veiculação	Abril Abril Maio
	Distribuição de informação sobre o produto/folder/instruções técnicas.	. Produção de material . Disponibilização de material informativo	Março/Abril Maio
	<b>Agrishow</b>	Pré-lançamento Distribuição de material informativo.	Maio
	1ª Informação dirigida a 300 pecuaristas/multiplicadores	Mala direta	Maio
	1ª Informação dirigida aos multiplicadores de sementes	Mala direta	Maio
		ACE/ANT . preparação de material para distribuição e comercialização: -sacaria -amostras	Maio
Junho	Dia de campo: Fazenda Ribeirão	ACE/ANT . Organização física do evento . Veiculação em mídia	Maio/Junho Maio/Junho

Continua.....

<b>Mês</b>	<b>Atividade</b>	<b>Agente/Atividade</b>	<b>Período</b>
Julho	2ª Informação dirigida a 300 pecuaristas/ multiplicadores/ parceiros potenciais	<b>ACE/ANT</b> Mala direta	Junho
	2ª Informação dirigida aos multiplicadores de sementes	Mala direta	Junho
Agosto			
1º a 15	Mídia :  TV/Rádio Jornais/Revistas especializadas/Suplementos agrícolas Fornecimento de amostras ao público/revis- tas Fornecimento de material de divulgação ao mercado varejista	ACE  Reforço de imagem de lança- mento  Amostragem do produto ao público	Julho/Agosto  Julho/Agosto
16 a 30	Lançamento Dia de campo de lançamento Embrapa/Fazenda Ribeirão Cobertura da imprensa escrita e falada Distribuição do produto Início da comercialização para multiplicadores e líderes pecuaristas	ACE/ANT  Organização física do evento  Chamada a veiculação	Julho/Agosto  Agosto
Setembro	Monitoração do produto e 1º reforço de imagem pós-lançamento: Mídia escrita e falada	ACE/ANT	Setembro
Outubro	Avaliação de Lançamento e 1ª avaliação de vendas.	ACE/ANT	Outubro

## Plano de Distribuição (síntese)

Para a safra 1999/2000 está prevista a multiplicação da semente produzida pela Embrapa Gado de Corte, a saber:

Material	Dispon. Sementes kg	Meta de Produção t	CNPGC ha	E.N. DOU ha	E.N. RND ha	Fazenda Ribeirão ha
<i>S. capitata</i>	380	12	20	16	30	80
<i>S. macrocephala</i>	30	3	15	-	-	20

- Para a safra 2000/2001, distribuir 10 t de sementes básicas para multiplicação a produtores de sementes selecionados, para plantio de 3.333 ha para atingir a meta de 300 t de sementes fiscalizadas, e
- Distribuir 5 t de sementes comerciais a agricultores pecuaristas, para difusão do produto.
- Prevê-se a produção e distribuição de sementes básicas para renovação de áreas de produção para os produtores de sementes, nos anos subsequentes conforme cronograma a ser estabelecido pela Embrapa Gado de Corte.

## Controle das Ações de Marketing

- 1- Ação: Implantar campos de produção de sementes básicas em 1999/2000.  
Objetivo previsto: 146 ha de *S. capitata* e 35 ha de *S. macrocephala*.
- 2- Ação: Seleção dos produtores de sementes para safra 2000/2001.  
Objetivo previsto: multiplicação de 10 t de sementes básicas.
- 3- Ação: Comercialização de sementes para difusão do produto, em 2000/2001.  
Objetivo previsto: comercializar 5 t de sementes com agricultores pecuaristas.
- 4- Ação: Realização de dois Dias de Campo, em junho de 2000.  
Objetivo previsto: Um Dia de Campo na Fazenda Ribeirão em Chapadão do Sul/MS e outro na Embrapa Gado de Corte.
- 5- Ação: Produção de vídeo, para ser distribuído nos eventos de difusão do produto.  
Objetivo previsto: 01 vídeo com 1000 cópias.
- 6- Ação: Produção de circular técnica, para ser distribuída nos eventos de difusão e disponibilizada para a Assistência Técnica.  
Objetivo previsto: Circular técnica com 2000 exemplares.
- 7- Ação: Reportagem no programa Globo Rural.  
Objetivo previsto: 01 reportagem no programa.

**Controle das Ações de Marketing****Produto: Estilosantes Campo Grande****Período: 1999/2001**

Ítem	Planejado R\$	Realizado R\$	Variação R\$	Variação (%)
Vendas	1.050.000,00			
Custo da mercadoria vendida	150.000,00			
Margem Bruta	900.000,00			
Despesas de Marketing	51.000,00			
Propaganda e Promoção	29.000,00			
Distribuição	10.000,00			
Pesquisa de Marketing	---			
Despesas de venda	12.000,00			
Margem de marketing	849.000,00			

Memória de cálculo: vendas, custo da mercadoria, propaganda e promoção:

$$10 \text{ t} \times \text{R\$ } 80,00 / \text{kg} = 800.000,00$$

$$5 \text{ t} \times \text{R\$ } 50,00 / \text{kg} = 250.000,00$$

- 15 t de sementes adquiridas dos cooperadores (CNPGC,

Faz.Ribeirão, EN Dou e EN

Rnd., o preço de R\\$ 10,00 /kg.

- Custos de dias de campo, circular técnica, vídeo = R\\$ 9.000,00



---

## **PLANO DE NEGÓCIOS**

---

**EMBRAPA  
GADO DE CORTE**

**EMBRAPA  
SERVIÇO DE NEGÓCIOS  
TECNOLÓGICOS**

---

**1<sup>a</sup> AVALIAÇÃO DE METAS  
E ESTRATÉGIAS  
Julho/2000**

---

# 1<sup>a</sup> AVALIAÇÃO DE METAS E ESTRATÉGIAS DO PLANO DE MARKETING DO ESTILOSANTES CAMPO GRANDE

**Julho/2000**

## 1

### Meta

#### Proposta:

Atingir 6,6% (100 mil hectares) do mercado potencial (1.500.000 hectares) em 2001/2002.

#### Realinhamento:

**Atingir 5,0% (75 mil hectares) do mercado potencial (1.500.000 hectares) em 2001/2002.**

## 2

### Estratégia Proposta

1 - Implantar 146 ha de *Stylosanthes capitata* e 35 ha de *Stylosanthes macrocephala* em 1999, para produção de 15 t de sementes básicas em 2000.

### Estratégia revisada:

**Implantados 146 ha de *S. capitata* e 35 ha de *S. macrocephala*, para a produção de 15 t de sementes básicas em 2000.**

#### Resultado obtido:

**. Quebra de 80 ha de *S. capitata* e 30 ha de *S. macrocephala*, sendo as áreas da Fazenda Ribeirão.**

**. Nas áreas da Embrapa Gado de Corte a produção foi superior ao planejado, diminuindo o impacto negativo da quebra ocorrida.**

**. Aumento da área da Embrapa de *S. macrocephala* em 4 ha.**

**. Estratégia de colheita para 8 t.**

### **Estratégia Proposta**

2 - Identificar e selecionar produtores de sementes para multiplicação de 10 t de sementes básicas em 2000/2001.

### **Estratégia Proposta**

3 - Comercializar 5 t de sementes comerciais em 2000 para agricultores pecuaristas, via produtores de sementes selecionados, como difusão do produto.

### **Estratégia Proposta**

4 - Disponibilizar ao mercado 300 t de sementes comerciais, por intermédio dos produtores selecionados, em 2001, para plantio de 100 mil ha de pastagens consorciadas.

### **Estratégia Proposta**

5 - Realizar dois Dias de Campo, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte, em junho de 2000.

### **Estratégia revisada:**

***Em processo de identificação e seleção para a multiplicação de 7 t de sementes básicas.***

### **Estratégia revisada:**

***Comercialização de 1,5 t para agricultores, como difusão do produto.***

### **Estratégia revisada:**

***Disponibilizar ao mercado 233 t de sementes comerciais, por intermédio dos produtores selecionados, em 2001, para plantio de 77 mil ha de pastagens consorciadas.***

***( Memória de cálculo: 7 t ÷ 3 kg/ha = 2.333 ha x 100 kg/ha = 233 t )***

### **Estratégia revisada:**

***Já realizado (1) dia de campo na Fazenda Ribeirão e programado o segundo na Embrapa Gado de Corte, em setembro.***

## Estratégia Proposta

6 - Produzir material de divulgação, circular técnica e vídeo, sobre a implantação e manejo do produto na produção e consorciação.

## Estratégia revisada:

### Realizado:

**1 (um) folder de divulgação,  
1 (uma) circular técnica sobre co-  
lheita e escarificação.**

### Em construção:

**.1 (um) portfolio do produto con-  
tendo:  
.1(uma) circular técnica de  
especificação do produto;  
.multiplicação da circular técnica  
sobre colheita e escarificação;  
.1 (um) vídeo técnico/  
.folder sobre consorciação  
. folder sobre degradação  
.material de divulgação para as  
Unidades de Negócio da  
Embrapa.**

### Em desenvolvimento:

#### Outdoor:

**Goiânia (2)\*  
Uberlândia (2)\*  
Campo Grande (2)\*  
Dourados (2)\*  
Londrina (2)\*  
Rondonopólis (1)\*  
Araguaína (1)\*  
Presidente Prudente (2)\*  
Folheto sobre  
consorciação de  
leguminosas;  
1(um) cartaz de lança-  
mento;  
6 (seis) palestras técnicas  
de lançamento;  
Distribuição de sementes  
através de revista especi-  
alizada - DBO Rural  
(12.500 envelopes de 10 g = 125 kg).  
\* Recursos dos multiplicadores  
de semente**

# 3

## PLANO DE PRODUTO

O estilosantes Campo Grande é uma espécie leguminosa destinada à consorciação de pastagens, especialmente com *Brachiaria decumbens*, resultante da mistura entre o *S. capitata* e o *S. macrocephala* e apresenta as seguintes características:

.rendimento de sementes de 100 a 150 kg/ha de sementes escarificadas no primeiro ano.

.colheita mecanizada

.indicado para recuperação de pastagens degradadas

.ótimo fixador de nitrogênio

.tolerante às principais doenças e resistente à cercosporiose e murcha fúngica

.taxa de semeadura de 3 kg/ha

A semente será comercializada em embalagem de papel multifoliado com capacidade de 10 kg de sementes e obedecerá os seguintes padrões mínimos: Germinação = 80%; Pureza Física = 80%; Valor Cultural = 64%.

## Revisão do Plano:

**Sem alteração**

# 4

## PLANO DE PRODUTO

O preço de lançamento das 10 t de sementes básicas para os produtores de sementes selecionados para a multiplicação, em 2000, será de R\$ 80,00 /kg.

O preço das 5 t de semente comercial a ser repassada aos agricultores pecuaristas como difusão do produto, em 2000, será de R\$ 50,00 /kg.

Em maio/2000 será realizada uma reunião entre o SNT e a Embrapa Gado de Corte para discussão do contrato a ser feito com os produtores de sementes selecionados e definição do tipo de cobrança sobre os direitos do produto.

## Ajuste do Plano de Produto:

*O preço de lançamento das 7 t de sementes básica/escarificada para os produtores de sementes selecionados para a multiplicação, em 2000, será de R\$ 120,00/kg.*

*O preço das 1,5 t de sementes comerciais a ser repassada aos agricultores pecuaristas como difusão do produto, em 2000, será de 60,00/kg.*

*Em junho/2000 foi realizada a 1ª reunião entre o SNT e a Embrapa Gado de Corte para discussão do contrato a ser feito com os produtores de sementes selecionados e definição do tipo de cobrança sobre os direitos do produto.*

# 5

## PLANO DE COMUNICAÇÃO

### *Proposto:*

Realização de dois Dias de Campo em 2000, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte, com palestras técnicas sobre a implantação e manejo do produto. Elaboração de circular técnica sobre a implantação e manejo do produto. Inserção de matéria no Globo Rural. Produção de vídeo sobre o produto.

## Execução do Plano de Comunicação

### *Realizado:*

**1(um) dia de campo na Fazenda Ribeirão com palestra técnica;**  
**2(duas) palestras técnicas:**  
    . Campo Grande/maio  
    . Dourados/maio  
**1 (um) folder técnico;**  
**Inserção de matéria no Globo Rural (televisão e revista);**  
**34 inserções em mídia impressa (jornais);**  
**06 inserções em revistas especializadas;**  
**05 feiras agropecuárias/exposições tecnológicas.**

### *Em planejamento:*

### *Julho/Agosto:*

- . Inserção contínua na imprensa falada e escrita;**
- . 6 palestras técnicas;**
- . 2 malas diretas;**
- . 1 dia de campo na TV;**
- . Distribuição de sementes em revista especializada;**
- . multiplicação do folder técnico;**
- . outdoor (24);**
- . Folder sobre consorciação;**
- . Folder sobre degradação;**
- . 1 cartaz de lançamento;**

# 6

## PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

QUESTIONARIO DE DISTRIBUICAO DE SEMENTES DE GADO DE CORTE

### Proposto:

1 - Para a safra 1999/2000 está prevista a multiplicação da semente produzida pela Embrapa Gado de Corte, a saber:

Material	Sementes kg	Metas de Produção t	Gado de Corte ha	SNT Dour. ha	SNT Rond. ha	Fazenda Ribeirão ha
<i>S. capitata</i>	380	12	20	16	30	80
<i>S. macrocephala</i>	30	3	05	-	-	30

### Realizado/junho:

Material	Sementes kg	Metas de Produção t prevista	Gado de Corte ha/Plantado	SNT Dour. ha/Plantado	SNT Rond. ha/Plantado	Fazenda Ribeirão ha/Plantado
<i>S. capitata</i>	380	12* 8,4**	20	16	30	80 <sup>2,3, 4</sup>
<i>S. macrocephala</i>	30	3* 2,1**	09 <sup>3</sup>	-	-	30 <sup>1,3</sup>

<sup>1</sup> Perda de 100% no primeiro plantio (semente para replantio inexistente).

<sup>2</sup> Perda de 100% (replantado 80 ha de *S. capitata*).

<sup>3</sup> Colheita de 2 t de *capitata* e 600 kg de *macrocephala* (material residual da perda ocorrida).

<sup>4</sup> Devido ao replantio dos 80 ha da área, ainda não foi efetuada a colheita.

**OBS: Devido à quebra de colheita do *S. macrocephala*, haverá excedente de *S. capitata*.**

## Plano de Distribuição

### Proposto:

2 - Para a safra 2000/2001, distribuir 10 t de sementes básicas para multiplicação a produtores de sementes selecionados, para plantio de 3333 ha para atingir a meta de 300 t de sementes fiscalizadas, e Distribuir 5 t de sementes comerciais a agricultores pecuaristas, para difusão do produto.

## Ajuste do Plano de Distribuição

### Nova previsão:

**Para a safra de 2000/2001, distribuir 7 t de sementes básicas/escarificada, para multiplicação a produtores de sementes selecionados, para plantio de 2.333 ha e meta de 233,3 t de sementes fiscalizadas, e distribuir 1,8 t de sementes comerciais/ escarificada a agricultores e pecuaristas, para difusão do produto.**

*\*Prevê-se a produção e distribuição de sementes básicas para renovação de áreas de produção para os produtores de sementes, nos anos subsequentes.*

# 7

## CONTROLE DAS AÇÕES DE MARKETING

**Descrição da ação, dos objetivos previstos e alcançados, dos custos orçados e realizados e da variação percentual nos custos.**

**1- Ação:** Implantar campos de produção de sementes básicas em 1999/2000. Objetivo previsto: 146 ha de *S. capitata* e 35 ha de *S. macrocephala*.

**2- Ação:** Seleção dos produtores de sementes para safra 2000/2001. Objetivo previsto: multiplicação de 10 t de sementes básicas.

**3- Ação:** Comercialização de sementes para difusão do produto, em 2000/2001. Objetivo previsto: comercializar 5 t de sementes com agricultores pecuaristas.

### Implantado\*

*\*Devido a perda ocorrida na Fazenda Ribeirão foi efetivamente estabelecido 146 ha de *S. capitata* e 9 ha de *S. macrocephala**

**Revisão de ação:** Seleção em andamento para multiplicação de 7 t de sementes básicas.

**Revisão de ação:** comercializar 1,5 t de sementes com agricultores e pecuaristas.

**4- Ação:** Realização de dois Dias de Campo, em junho de 2000.

Objetivo previsto: Um Dia de Campo na Fazenda Ribeirão em Chapadão do Sul/MS e outro na Embrapa Gado de Corte.

**5- Ação:** Produção de vídeo, para ser distribuído nos eventos de difusão do produto.

Objetivo previsto: 01 vídeo com 1000 cópias.

**6- Ação:** Produção de circular técnica, para ser distribuída nos eventos de difusão e disponibilizada para a Assistência Técnica.

Objetivo previsto: Circular técnica com 2000 exemplares.

**7- Ação:** Reportagem no programa Globo Rural.

Objetivo previsto: 01 reportagem no programa.

**8 – Implantar as unidades demonstrativas\*:**

*. proposta de 6 unidades*

*. São Paulo, Goiás, Mato Grosso, Tocantins, Mato Grosso e Minas Gerais.*

*\* proposta inclusa nesta versão.*

**Revisão de ação:**

**1 (um) dia de campo realizado**  
**Faz. Ribeirão (maio)**

**1 (um) dia de campo programado**  
**Embrapa Gado de Corte**  
**(setembro)**

**Estabelecido: Vídeo programado (recurso a ser liberado em junho/2000)**

**Estabelecido:**

**Produzida uma circular técnica sobre colheita e escarificação.**

**Em elaboração:**

**1 (uma) circular técnica sobre recomendações de plantio e dados sobre a cultivar.**

**Estabelecido:**

**1 (uma) reportagem veiculada**  
**2 (duas) reportagens veiculadas na coligada da rede em MS - "MS Rural".**

**Em estudo de implantação:**

# 8

## DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS OPERACIONAIS DE MARKETING DO PRODUTO

### Proposto

<b>ESTILOSANTES CAMPO GRANDE 1999/2000 - Embrapa Gado de Corte</b>				
<i>Item</i>	<i>Planejado R\$</i>	<i>Realizado R\$</i>	<i>Variação (R\$)</i>	<i>Variação (%)</i>
Vendas	1.050.000,00			
Custo Merc./Vend.	150.000,00			
Margem Bruta	900.000,00			
Despesas Marketing: Prop. Promoção Distribuição Pesq. Mark. Despesa/venda	51.000,00 29.000,00 10.000,00 ----- 12.000,00			
Margem de Mark.	849.000,00			

### Memória de cálculo proposta:

vendas, custo da mercadoria, propaganda e promoção

$$10 \text{ t} \times \text{R\$ 80,00 /kg} = 800.000,00$$

$$5 \text{ t} \times \text{R\$ 50,00 /kg} = 250.000,00$$

15 t de sementes adquiridas dos cooperados (CNPGC, Faz.Ribeirão, EN Dou e EN Rond.), o preço de R\\$ 10,00 /kg.

Custos de dias de campo, circular técnica, vídeo = R\\$ 29.000,00

**DEMONSTRATIVO DE  
RESULTADOS OPERACIONAIS  
DE MARKETING DO PRODUTO**

*Revisado*

**Mapa de Despesas**

<b>Ações</b>	<b>Gado de Corte R\$</b>	<b>Negócios Tecnológicos R\$</b>
<b>Manutenção/implantação dos campos da Embrapa Gado de Corte</b>	<b>69.906,84</b>	-
<b>Insumos para manutenção dos campos da Embrapa Gado de Corte</b>	-	<b>5.787,00</b>
<b>Implantação dos campos de Rondonópolis e Dourados</b>	-	<b>91.874,12</b>
<b>Dia de Campo/Faz. Ribeirão</b>	<b>2.804,00</b>	<b>3.316,00</b>
<b>Dia de Campo/Lançamento</b>	<b>3.000,00</b>	-
<b>Comunicação Técnica e Folder</b>	<b>1.280,00</b>	-
<b>Semente Genética fornecida (410 kg)*</b>	<b>128.125,00</b>	-
<b>Plano de Comunicação</b>	-	<b>25.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>205.115,84</b>	<b>125.977,12</b>

\*Custo da semente genética: 6,25 x 410 x R\$ 50,00 = 128.125,00

**Total de despesas: R\$ 331.092,96**

**DEMONSTRATIVO DE  
RESULTADOS OPERACIONAIS  
DE MARKETING DO PRODUTO**

*Revisado*

**Mapa de Receitas**

<b>Venda</b>	<b>Volume Disponível</b>	<b>Preço R\$/kg</b>	<b>Total R\$</b>
<b>Venda de sementes para multiplicadores</b>	<b>7 t</b>	<b>120,00</b>	<b>840.000,00</b>
<b>Venda de sementes para produtor</b>	<b>1,5 t</b>	<b>60,00</b>	<b>90.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>8,5 t</b>	<b>-</b>	<b>930.000,00</b>

**Receita Líquida**

Receita Bruta: R\$ 930.000,00  
Despesas: R\$ 331.092,96

Embrapa Gado de Corte (65%) = R\$ 389.289,57  
Serviço de Neg. Tec. (35%) = R\$ 209.617,47

**Receita Líquida: R\$598.907,04**

**Demonstrativo**

	<b>Despesas</b>	<b>Receitas</b>	<b>Total</b>
<b>Gado de Corte</b>	<b>205.115,84</b>	<b>389.289,57</b>	<b>594.405,41</b>
<b>Negócios Tecnológicos</b>	<b>125.977,12</b>	<b>209.617,47</b>	<b>335.594,59</b>
	<b>331.092,96</b>	<b>598.907,04</b>	<b>930.000,00</b>

**Memória de cálculo revista:**

Vendas, custo da mercadoria, propaganda e promoção

$$7 \text{ t} \times \text{R\$ 120,00 /kg} = 840.000,00$$

$$1,5 \text{ t} \times \text{R\$ 60,00 /kg} = 90.000,00$$

Custos de dias de campo, circular técnica, vídeo = R\$ 25.000,00

# 9

## DADOS DE COLHEITA

### Revisão de safra em junho

	<b>Semente Bruta</b>	<b>Semente Comerc.</b>
<b>Embrapa Gado de Corte</b>		
<i>S. capitata</i>	<b>12.710 kg*</b>	<b>000 kg</b>
<i>S. macrocephala</i>	<b>4.100 kg**</b>	<b>000 kg</b>
<b>Embrapa Negócios Tecnológicos/DOU</b>		
<i>S. capitata</i>	<i>perda devido a geada</i>	
<i>S. macrocephala</i>		
<b>Embrapa Negócios Tecnológicos/RON</b>		
<i>S. capitata</i>	<b>4.300 kg</b>	
<i>S. macrocephala</i>		
<b>Fazenda Ribeirão<sup>1</sup></b>		
<i>S. capitata</i>	<i>em colheita</i>	
<i>S. macrocephala</i>	<b>600 kg</b>	<b>000 kg</b>

<sup>1</sup> Colheita residual da perda ocorrida.

\* índice médio de pureza física de 79,6%

\*\* índice médio de pureza física de 68,7%

# 10

## Projeção Econômica do Mercado de Semente/junho 2000

### **Custo estimado para estudo:**

Preço da semente/ha:	R\$ 120,00
Custo de ha implantado:	R\$ 1.000,00
Custo de manutenção no 2º ano	R\$ 600,00
Produção de semente no 1º ano	R\$ 100 kg/ha
Produção de semente no 2º ano	R\$ 300 kg/ha
Projeção de preço comercial	R\$ 50,00

### **Projeção de retorno por ha/1º ano:**

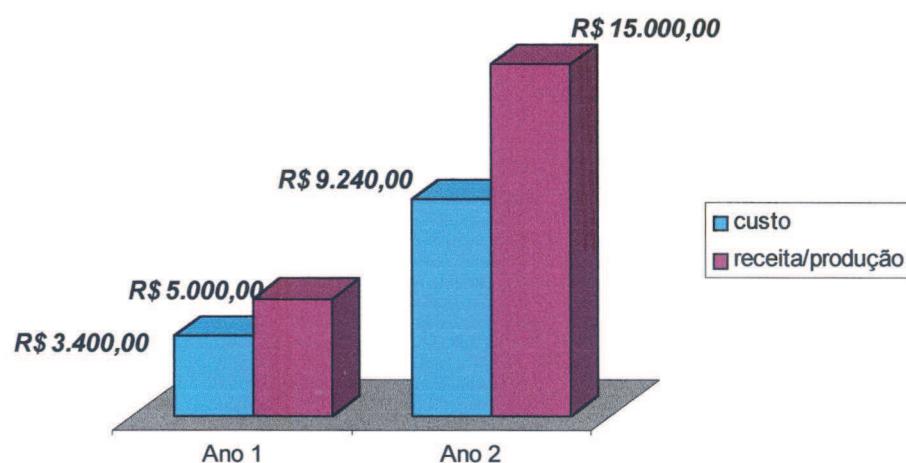
Produção de 100 kg/ha x R\$ 50,00	R\$ 5.000,00
	R\$ 5.000,00 - 1.000,00 = 4.000,00
Encargos, vendas e impostos (60%)	R\$ 2.400,00

**Lucro Líquido** **R\$ 1.600,00/ha**

### **Projeção de retorno por ha/2º ano:**

Produção de 300 kg/ha x R\$ 50,00	R\$ 15.000,00
	R\$ 15.000,00 - 600,00 = 14.400,00
Encargos, vendas e impostos (60%)	R\$ 8.640,00

**Lucro Líquido** **R\$ 5.760,00/ha**



**Resultados da reunião com o  
SNT/Dourados no dia 18/07/2000;**

- . A campanha de comunicação precisa reforçar o impeditivo de multiplicação de sementes pelos pecuaristas.
- . No Contrato de venda deve constar o retorno do multiplicador no prazo máximo de três anos para receber novo lote de sementes básicas.
- . A proposta de uma oferta baseada em preço mínimo e lote máximo foi analisada como positiva, devendo ser observada, buscando uma oferta superior ao preço mínimo a ser estabelecido.
- . Foi levantado o problema do controle de qualidade após a venda, devendo a Embrapa se posicionar quanto as formas possíveis de efetuar um controle e proteger a marca.
- . Estabeleceu-se um “royalty’ de 6% para os contratos de venda.



---

## **PLANO DE NEGÓCIOS**

---

**EMBRAPA  
GADO DE CORTE**

**EMBRAPA  
SERVIÇO DE NEGÓCIOS  
TECNOLÓGICOS**

---

**AVALIAÇÃO FINAL DE  
METAS E ESTRATÉGIAS**  
***Agosto a dezembro  
de 2000***

---

# AVALIAÇÃO FINAL DE METAS E ESTRATÉGIAS DO PLANO DE MARKETING DO ESTILOSANTES CAMPO GRANDE

## Julho/2000

### 1

#### Meta

##### Proposta:

Atingir 6,6% (100 mil hectares) do mercado potencial (1.500.000 hectares) em 2001/2002.

##### Realignamento:

**Atingir 5,0% (75 mil hectares) do mercado potencial (1.500.000 hectares) em 2001/2002.**

### 2

#### Estratégia Proposta

1 - Implantar 146 ha de *Stylosanthes capitata* e 35 ha de *Stylosanthes macrocephala* em 1999, para produção de 15 t de sementes básicas em 2000.

#### Estratégia executada:

**Implantado 146 ha de *S. capitata* e 35 ha de *S. macrocephala*, para a produção de 15 t de sementes básicas em 2000.**

##### Resultado obtido:

**. Quebra de 80 ha de *S. capitata* e 30 ha de *S. macrocephala*, sendo as áreas da Fazenda Ribeirão.**

**. Nas áreas da Embrapa Gado de Corte a produção foi superior ao planejado, diminuindo o impacto negativo da quebra ocorrida.**

**. Aumento da área da Embrapa de *S. macrocephala* em 4 ha.**

**. Colheita final de 11,3 t.**

### **Estratégia Proposta**

2 - Identificar e selecionar produtores de sementes para multiplicação de 10 t de sementes básicas em 2000/2001.

### **Estratégia realizada:**

**Venda de 765 kg de sementes para multiplicadores.**

### **Estratégia Proposta**

3 - Comercializar 5 t de sementes comerciais em 2000 para agricultores pecuaristas, via produtores de sementes selecionados, como difusão do produto.

### **Estratégia realizada:**

**Comercialização de 314 kg para agricultores, como difusão do produto.**

### **Estratégia Proposta**

4 - Disponibilizar ao mercado 300 t de sementes comerciais, por intermédio dos produtores selecionados, em 2001, para plantio de 100 mil ha de pastagens consorciada.

### **Estratégia realizada:**

**Disponibilizar-se-á ao mercado 28,5 t de sementes comerciais, por intermédio dos produtores selecionados, em 2001, para plantio de 9.500 ha de pastagens consorciadas.**

**(Memória de cálculo:  $28,5 \text{ t} \div 3 \text{ kg/ha} = 9.500 \text{ ha}$ )**

### **Estratégia Proposta**

5 - Realizar dois Dias de Campo, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte, em junho de 2000.

### **Estratégia realizada:**

**Já realizado (1) dia de campo na Fazenda Ribeirão e programados 8 dias de campo para o primeiro e segundo semestres de 2001**

## Estratégia Proposta

6 - Produzir material de divulgação, circular técnica e vídeo, sobre a implantação e manejo do produto na produção e consociação.

## Estratégia realizada:

### Realizado:

**1 (um) folder de divulgação,  
1 (uma) circular técnica sobre colheita e escarificação.  
.1 (um) portfolio do produto contendo:  
.1(uma) circular técnica de especificação do produto;  
.multiplicação da circular técnica sobre colheita e escarificação;  
.1 (um) vídeo técnico/  
.circular técnica sobre degradação  
.material de divulgação para as Unidades de Negócio da Embrapa.  
1 (um) cartaz de lançamento;  
6 (seis) palestras técnicas de lançamento;  
Distribuição de sementes através de revista especializada - DBO Rural  
(12.500 envelopes de 10 g = 125 kg).**

### Previsto para 2001:

#### Outdoor:

**Goiânia (2)\*  
Uberlândia (2)\*  
Campo Grande (2)\*  
Dourados (2)\*  
Londrina (2)\*  
Rondonópolis (1)\*  
Araguaína (1)\*  
Presidente Prudente (2)\***

**\* Recursos dos multiplicadores de sementes.**

# 3

## PLANO DE PRODUTO

O estilosantes Campo Grande é uma espécie leguminosa destinada à consorciação de pastagens, especialmente com *Brachiaria decumbens*, resultante da mistura entre o *S. capitata* e o *S. macrocephala* e apresenta as seguintes características:

.rendimento de sementes de 100 a 150 kg/ha de sementes escarificadas no primeiro ano

.colheita mecanizada

.indicado para recuperação de pastagens degradadas

.ótimo fixador de nitrogênio

.tolerante às principais doenças e resistente à cercosporiose e murcha fúngica

.taxa de semeadura de 3 kg/ha

A semente será comercializada em embalagem de papel multifoliado com capacidade de 10 kg de sementes e obedecerá os seguintes padrões mínimos: Germinação = 80%; Pureza Física = 80%; Valor Cultural = 64%.

## Revisão do Plano:

**O produto foi disponibilizado na forma de semente certificada.**

# 4

## PLANO DE PREÇO DO PRODUTO

O preço de lançamento das 10 t de sementes básicas para os produtores de sementes selecionados para a multiplicação, em 2000, será de R\$ 80,00 /kg.

O preço das 5 t de semente comercial a ser repassada aos agricultores pecuaristas como difusão do produto, em 2000, será de R\$ 50,00 /kg.

Em maio/2000 será realizada uma reunião entre o SNT e a Embrapa Gado de Corte para discussão do contrato a ser feito com os produtores de sementes selecionados e definição do tipo de cobrança sobre os direitos do produto.

### *Ajuste do Plano de Produto:*

*O preço de lançamento das 7 t de sementes básica/escarificada para os produtores de sementes selecionados para a multiplicação, em 2000, foi de R\$ 130,00, tendo seu preço reajustado, devido a perda de pureza, após as análises oficiais, passando seu custo final a R\$ 104,00.*

*O preço das 7,5 t de sementes comerciais oferecidas aos agricultores pecuaristas, através dos parceiros selecionados foi de R\$ 50,00/kg, sendo estipulada uma comissão de 15% para os agentes comercializadores.*

*Ficou estabelecido, em contrato, um royalty de 6% sobre a venda comercial do estilosantes Campo Grande, conforme modelo de contrato.*

# 5

## PLANO DE COMUNICAÇÃO

### *Proposto:*

Realização de dois Dias de Campo em 2000, na Fazenda Ribeirão e na Embrapa Gado de Corte, com palestras técnicas sobre a implantação e manejo do produto. Elaboração de circular técnica sobre a implantação e manejo do produto. Inserção de matéria no Globo Rural. Produção de vídeo sobre o produto.

### *Execução do Plano de Comunicação*

### *Realizado:*

**1 (um) dia de campo na Fazenda Ribeirão com palestra técnica;**

**2 (duas) palestras técnicas:**

**. Campo Grande/maio**

**. Dourados/maio**

**1 (um) folder técnico;**

**Inserção de matéria no Globo Rural (televisão e revista);**

**68 inserções em mídia impressa (jornais);**

**06 inserções em revistas especializadas;**

**05 feiras agropecuárias/exposições tecnológicas.**

**. 2 malas diretas;**

**. 1 dia de campo na TV;**

**. Distribuição de sementes em revista especializada;**

**. multiplicação do folder técnico;**

**. Folheto de divulgação sobre estilosantes;**

**. Circular técnica sobre degradação;**

**. 1 cartaz de lançamento;**

**. 1 vídeo técnico.**

# 6

## PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

### Proposto:

1 - Para a safra 1999/2000 está prevista a multiplicação da semente produzida pela Embrapa Gado de Corte, a saber:

<b>Material</b>	<b>Sementes kg</b>	<b>Metas de Produção t</b>	<b>Gado de Corte ha</b>	<b>SNT Dour. ha</b>	<b>SNT Rond. ha</b>	<b>Fazenda Ribeirão ha</b>
<b>S. capitata</b>	<b>380</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>80</b>
<b>S. macrocephala</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>05</b>	-	-	<b>30</b>

### Realizado/final:

<b>Material</b>	<b>Sementes kg</b>	<b>Metas de Produção t alcançadas</b>	<b>Gado de Corte ha/Plantado</b>	<b>SNT Dour. ha/Plantado</b>	<b>SNT Rond. ha/Plantado</b>	<b>Fazenda Ribeirão ha/Plantado</b>
<b>S. capitata</b>	<b>380</b>	<b>30*</b> <b>13,7**</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>80<sup>2,3, 4</sup></b>
<b>S. macrocephala</b>	<b>30</b>	<b>4,7*</b> <b>2,3*</b>	<b>09<sup>3</sup></b>	-	-	<b>30<sup>1,3</sup></b>

<sup>1</sup> Perda de 100% no primeiro plantio (semente para replantio inexistente).

<sup>2</sup> Perda de 100% (replantado 80 ha de S. capitata)

<sup>3</sup> Colheita de 13,7 t de *capitata* e 0,63 t de *macrocephala* (material residual da perda ocorrida).

<sup>4</sup> Devido ao replantio dos 80 ha da área, ainda não foi efetuada a colheita.

\* Semente bruta

\*\* Semente limpa/escarificada

## Plano de Distribuição

### Proposto:

2 - Para a safra 2000/2001, distribuir 10 t de sementes básicas para multiplicação a produtores de sementes selecionados, para plantio de 3.333 ha para atingir a meta de 300 t de sementes fiscalizadas, e Distribuir 5 t de sementes comerciais a agricultores pecuaristas, para difusão do produto.

## Plano Final de Distribuição

### Realizado:

**Para a safra de 2000/2001, foram comercializados 765 kg de sementes certificada/escarificada, para multiplicação, aos produtores de sementes selecionados, para plantio de 9.500 ha e meta de 28.500 kg de semente certificada, e foi disponibilizado para comercialização 7,5 t a agricultores e pecuaristas, para difusão do produto.**

\*Foram replantados 10 ha de *S. macrocephala* na Embrapa Gado de Corte e a reposição ao parceiro multiplicador (Fazenda Ribeirão dos 30 ha, perdidos devido a fitotoxicidade ocorrida).

# 7

## CONTROLE DAS AÇÕES DE MARKETING

**Descrição da ação, dos objetivos previstos e alcançados, dos custos orçados e realizados e da variação percentual nos custos.**

**1- Ação:** Implantar campos de produção de sementes básicas em 1999/2000. Objetivo previsto: 146 ha de *S. capitata* e 35 ha de *S. macrocephala*.

**2- Ação:** Seleção dos produtores de sementes para safra 2000/2001. Objetivo previsto: multiplicação de 10 t de sementes básicas.

**3- Ação:** Comercialização de sementes para difusão do produto, em 2000/2001. Objetivo previsto: comercializar 5 t de sementes com agricultores pecuaristas.

### Realizado\*

**Estabelecidos 146 ha de *S. capitata* e 9 ha de *S. macrocephala*.**

**Realizado: Seleção de 7 produtores que multiplicaram 765 kg de sementes certificadas, prevendo-se um total de 28.500 kg de sementes comerciais.**

**Disponibilização de 7,5 t de sementes para agricultores e pecuaristas. Comercializado 314 kg e armazenado 7,2 t para safra 2001.**

**4- Ação:** Realização de dois Dias de Campo, em junho de 2000.

Objetivo previsto: Um Dia de Campo na Fazenda Ribeirão em Chapadão do Sul/MS e outro na Embrapa Gado de Corte.

**5- Ação:** Produção de vídeo, para ser distribuído nos eventos de difusão do produto.

Objetivo previsto: 01 vídeo com 1000 cópias.

**6- Ação:** Produção de circular técnica, para ser distribuída nos eventos de difusão e disponibilizada para a Assistência Técnica.

Objetivo previsto: Circular técnica com 2000 exemplares.

**7- Ação:** Reportagem no programa Globo Rural.

Objetivo previsto: 01 reportagem no programa.

**8 – Implementar as unidades demonstrativas\*:**

- . proposta de 6 unidades
- . São Paulo, Goiás, Mato Grosso, Tocantins, Mato Grosso e Minas Gerais.

\* proposta inclusa a partir de junho de 2000.

**Realizado:**

**1 (um) dia de campo realizado  
Faz. Ribeirão (maio).**

**Programados 7 dias de campo para 2001**

**Realizado: Vídeo técnico de produção**

**Realizado:**

**Produzida uma circular técnica sobre colheita e escarificação.**

**1 (uma) circular técnica sobre recomendações de plantio e dados sobre a cultivar;**  
**1 (uma) circular técnica sobre degradação de pastagens;**  
**1 (um) folheto de divulgação**

**Realizado:**

**1 (uma) reportagem veiculada -  
Globo Rural;**  
**2 (duas) reportagens veiculadas na coligada da rede em MS -  
“MS Rural”.**

**Realizado contrato de parceria para implantação de 7 unidades demonstrativas.**

# 8

## DADOS FINAIS DE COLHEITA

### Colheita Final

	Semente Bruta kg	Semente Comerc. kg
<b>Embrapa Gado de Corte</b>		
<i>S. capitata</i>	<b>12.710</b>	<b>6.640</b>
<i>S. macrocephala</i>	<b>4.100</b>	<b>1.950</b>
 <b>Embrapa Negócios Tecnológicos/DOU</b>		
<i>S. capitata</i>	<i>perda devido a geada</i>	
<i>S. macrocephala</i>		
 <b>Embrapa Negócios Tecnológicos/RON</b>		
<i>S. capitata</i>	<b>4.000</b>	<b>2.680</b>
<i>S. macrocephala</i>	-	-
 <b>Fazenda Ribeirão<sup>1</sup></b>		
<i>S. capitata</i>	<b>13.780</b>	<b>806*</b>
<i>S. macrocephala</i>	<b>630</b>	<b>390</b>

\* Beneficiados somente 2.520 quilos. O restante em estoque para a safra 2001.

# 9

## DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS OPERACIONAIS DE MARKETING DO PRODUTO

Realizado

### Mapa de Receitas

Venda	Volume negociado	Preço R\$/kg	Total R\$
Venda de sementes para multiplicadores	765 kg	104,00	79.560,00
Venda de sementes para produtor*	314 kg	50,00*	13.345,00
<b>Total</b>	<b>1079 t</b>	-	<b>92.905,00</b>

\* Previsão de faturamento utilizando-se o preço de R\$ 40,00

Receita Bruta: R\$ 92.905,00

Despesas: R\$ 331.092,96

**Receita Líquida: R\$- 238.187,96**

# 10

## **Previsão de colheita dos parceiros multiplicadores**

### **Projeção**

	Aquisição em kg	Previsão de colheita (kg)
Parceiro Ricardo Mickenhagen	150	6.000
Safrasul Sementes	150	7.500
Germipasto	75	3.750
Ailor Anghinini*	90	-
Facholi Sementes	150	7.500
Sementes Boi Gordo*	75	-
Mário Ferreira Martins	75	3.750
<b>Total</b>	<b>765</b>	<b>28.500</b>

\* Quebra de colheita/sem previsão

## **Previsão de comercialização aos pecuaristas e projeção de venda para 2001**

### **Projeção**

Estima-se um quantitativo de 28.500 kg de sementes comerciais disponíveis aos produtores. Devido aos problemas encontrados na comercialização, oriundos, principalmente, das novas relações contratuais determinadas em edital, a Embrapa Gado de Corte ampliou a produção dos campos de sementes, juntamente com setores privados, na possibilidade de oferta de sementes comerciais e básicas aos multiplicadores credenciados para o ano de 2001, a fim de garantir a oferta ao mercado.

Deste modo, poderá ser ofertado um quantitativo de aproximadamente 16.000 kg de sementes comerciais, com previsão de arrecadação de R\$ 640.000,00 (seiscentos e quarenta mil reais), para o ano de 2001, reequilibrando as arrecadações não realizadas no ano de 2000.

Em termos de royalties, projeta-se no ano de 2001, um total de R\$ 68.400,00 (sessenta e oito mil e quatrocentos reais).

**Parceiros participantes da rede de avaliação do estilosantes Campo Grande:**

**Embrapa Cerrados**

**Embrapa Acre**

**Embrapa Meio-Norte**

**Epamig**

**Emater-GO**

**Universidade Católica de Goiás**

**Empaer-MS**

**Fazenda Ribeirão (Chapadão do Sul, MS)**



---

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária*  
*Centro Nacional de Pesquisa de Gado de Corte*  
*Ministério da Agricultura e do Abastecimento*  
*Rodovia BR 262 km 4, CEP 79002-970 Campo Grande, MS*  
*Telefone (67) 768 2064 Fax (67) 763 2700*  
[www.cnpgc.embrapa.br](http://www.cnpgc.embrapa.br)

**MINISTÉRIO DA AGRICULTURA  
E DO ABASTECIMENTO**

