



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 Battaglia 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.cnpqc.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, Ténisson Waldow de.

Plano de negócios do estilosantes Campo Grande / Ténisson 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 agrônômicas 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 conseqüente 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 conseqüências 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, fixa-
ção 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

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

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: $10 \text{ t} \div 3 \text{ kg/ha} = 3.333 \text{ ha} \times 90 \text{ kg/ha} = 300 \text{ t}$)
- 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 consorciação.

Plano de Produto (síntese)

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
- 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)

- 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.

Programa de mídia

| 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. | Abril |
| | | . Treinamento interno para informação | Abril |
| | | . Contatos para veiculação | Abril |
| | | . Fechamento de programação | Abril |
| | | . Veiculação | Maio |
| | Imprensa: Jornais de âmbito nacional/suplementos agrícolas. | Preparação de releases/material visivo. | Abril |
| | | . Contatos de veiculação | Abril |
| | | . Fechamento de programação | Abril |
| | Distribuição de informação sobre o produto/folder/instruções técnicas. | . Veiculação | Maio |
| | | . Produção de material | Março/Abril |
| | Agrishow 1ª Informação dirigida a 300 pecuaristas/multiplicadores 1ª Informação dirigida aos multiplicadores de sementes | . Disponibilização de material informativo | Maio |
| | | Pré-lançamento | Maio |
| | | Distribuição de material informativo. | Maio |
| | | Mala direta | Maio |
| | | Mala direta | Maio |
| Junho | Dia de campo: Fazenda Ribeirão | ACE/ANT . preparação de material para distribuição e comercialização: -sacaria -amostras | Maio |
| | | . Organização física do evento . Veiculação em mídia | Maio/Junho Maio/Junho |

Continua....

| Mês | Atividade | Agente/Atividade | Período |
|------------|--|--------------------------------------|----------------|
| Julho | 2ª Informação dirigida a 300 pecuaristas/ multiplicadores/ parceiros potenciais | ACE/ANT Mala direta | Junho |
| | 2ª Informação dirigida aos multiplicadores de sementes | Mala direta | Junho |
| Agosto | | | |
| 1º a 15 | Mídia : | ACE | |
| | TV/Rádio | | |
| | Jornais/Revistas especializadas/Suplemen- tos agrícolas | Reforço de imagem de lança- mento | Julho/Agosto |
| | Fornecimento de amostras ao público/revi- stas | | |
| | Fornecimento de material de divulgação ao mercado varejista | Amostragem do produto ao público | Julho/Agosto |
| 16 a 30 | | | |
| | Lançamento | ACE/ANT | |
| | Dia de campo de lançamento | Organização física do evento | Julho/Agosto |
| | Embrapa/Fazenda Ribeirão | | |
| | Cobertura da imprensa escrita e falada | Chamada a veiculação | Agosto |
| | Distribuição do produto | | |
| | Início da comercialização para multiplicadores e líderes pecuaristas | | |
| Setembro | Monitoração do produto e 1º reforço de ima- gem 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 t x R\$ 80,00 /kg = 800.000,00
- 5 t x R\$ 50,00 /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**

**1ª AVALIAÇÃO DE METAS
E ESTRATÉGIAS
Julho/2000**

1ª 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 revisada:

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

Estratégia Proposta

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

Estratégia revisada:

Comercialização de 1,5 t 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 consorciadas.

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: $7 \text{ t} \div 3 \text{ kg/ha} = 2.333 \text{ ha} \times 100 \text{ kg/ha} = 233 \text{ t}$)

Estratégia Proposta

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

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)*
Rondonópolis (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 estiloso 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

Proposto:

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

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

Realizado/junho:

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

* Semente bruta

** Semente limpa/escarificada

¹ Perda de 100% no primeiro plantio (semente para replantio inexistente).

² Perda de 100% (replantado 80 ha de *S. capitata*).

³ Colheita de 21 de *capitata* e 600 kg de *macrocephala* (material residual da perda ocorrida).

⁴ 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.

Revisão de ação:

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

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

5- **Ação:** Produção de vídeo, para ser distribuído nos eventos de difusão do produto.
Objetivo previsto: 01 vídeo com 1000 cópias.

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

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.

Estabelecido:

Produzida uma circular técnica sobre colheita e escarificação.

Em elaboração:

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

7- **Ação:** Reportagem no programa Globo Rural.
Objetivo previsto: 01 reportagem no programa.

Estabelecido:

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

8 – Implantar as unidades demonstrativas*:

. proposta de 6 unidades

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

*** proposta inclusa nesta versão.**

Em estudo de implantação:

8

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS OPERACIONAIS DE MARKETING DO PRODUTO

Proposto

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

Memória de cálculo proposta:

vendas, custo da mercadoria, propaganda e promoção

10 t x R\$ 80,00 /kg = 800.000,00

5 t x R\$ 50,00 /kg = 250.000,00

15 t de sementes adquiridas dos cooperadores (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**

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

*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

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

Receita Líquida

| | | |
|----------------|----------------|--|
| Receita Bruta: | R\$ 930.000,00 | Embrapa Gado de Corte (65%) = R\$ 389.289,57 |
| Despesas: | R\$ 331.092,96 | Serviço de Neg. Tec. (35%) = R\$ 209.617,47 |

Receita Líquida: R\$598.907,04
Demonstrativo

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

Memória de cálculo revista:

Vendas, custo da mercadoria, propaganda e promoção

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

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

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

9

DADOS DE COLHEITA

Revisão de safra em junho

| | Semente Bruta | Semente Comerc. |
|--|----------------------|-----------------|
| Embrapa Gado de Corte | | |
| <i>S. capitata</i> | 12.710 kg* | 000 kg |
| <i>S. macrocephala</i> | 4.100 kg** | 000 kg |
| Embrapa Negócios Tecnológicos/DOU | | |
| <i>S. capitata</i> | perda devido a geada | |
| <i>S. macrocephala</i> | | |
| Embrapa Negócios Tecnológicos/RON | | |
| <i>S. capitata</i> | 4.300 kg | |
| <i>S. macrocephala</i> | | |
| Fazenda Ribeirão¹ | | |
| <i>S. capitata</i> | em colheita | |
| <i>S. macrocephala</i> | 600 kg | 000 kg |

¹ 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:

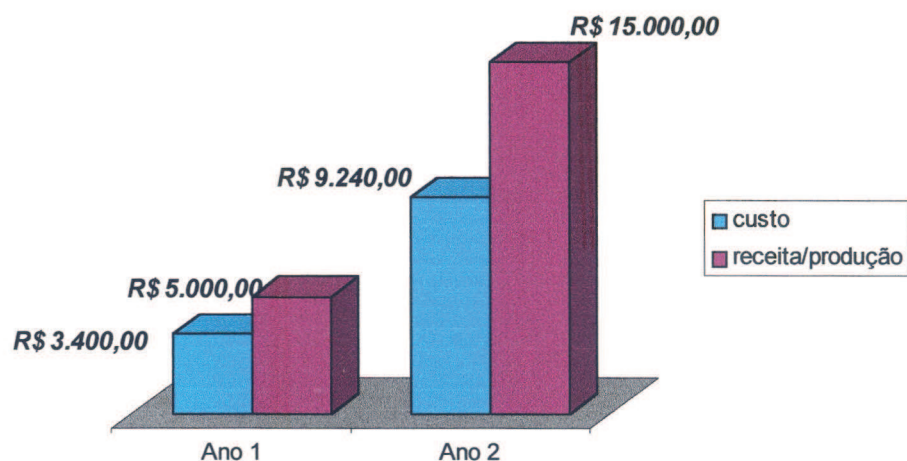
| | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| Produção de 100 kg/ha x R\$ 50,00 | R\$ 5.000,00 |
| | $R\$ 5.000,00 - 1.000,00 = 4.000,00$ |
| Encargos, vendas e impostos (60%) | R\$ 2.400,00 |

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.

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 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 consorciadas.

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 consorciação.

Estratégia realizada:

Realizado:

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

**.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/

**.circular técnica sobre degrada-
ção**

**.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 estiloso 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 estímulos;
 . 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:

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

Realizado/final:

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

* Semente bruta

** Semente limpa/escarificada

¹ Perda de 100% no primeiro plantio (semente para replantio inexistente).

² Perda de 100% (replantado 80 ha de *S. capitata*)

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

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

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 fitotoxidez 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.

Realizado:

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

Programados 7 dias de campo para 2001

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

Objetivo previsto: 01 vídeo com 1000 cópias.

Realizado: Vídeo técnico de produção

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.

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

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

Objetivo previsto: 01 reportagem no programa.

Realizado:

1 (uma) reportagem veiculada - Globo Rural;

2 (duas) reportagens veiculadas na coligada da rede em MS - "MS Rural".

8 – Implantar 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 contrato de parceria para implantação de 7 unidades demonstrativas.

8

DADOS FINAIS DE COLHEITA

| Colheita Final | | |
|--|-----------------------------|-------------------------------|
| | Semente Bruta kg | Semente Comerc. kg |
| Embrapa Gado de Corte | | |
| <i>S. capitata</i> | 12.710 | 6.640 |
| <i>S. macrocephala</i> | 4.100 | 1.950 |
| Embrapa Negócios Tecnológicos/DOU | | |
| <i>S. capitata</i> | perda devido a geada | |
| <i>S. macrocephala</i> | | |
| Embrapa Negócios Tecnológicos/RON | | |
| <i>S. capitata</i> | 4.000 | 2.680 |
| <i>S. macrocephala</i> | - | - |
| Fazenda Ribeirão¹ | | |
| <i>S. capitata</i> | 13.780 | 806* |
| <i>S. macrocephala</i> | 630 | 390 |

* 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

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

* 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 |
| Total | 765 | 28.500 |

* 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 estíloantes 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.cnpqc.embrapa.br***

**MINISTÉRIO DA AGRICULTURA
E DO ABASTECIMENTO**



Trabalhando em todo o Brasil