

## RESUMO DA REVISÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SETORIAL (2010-2015):



### OBJETIVOS SETORIAIS PRIORITÁRIOS:

- Agregar valor à nossa oferta de produtos: mel.
- Reforçar a posição da Própolis, torná-la uma referência mundial e aumentar o consumo.
- Atender a demanda: estruturar a cadeia produtiva no Brasil.



### VISÃO PARA 2015:

#### PERSPECTIVA DA CADEIA PRODUTIVA

Setor com reconhecimento nacional e internacional como setor sustentável, com cadeia produtiva integrada, economicamente viável, ambientalmente correto, socialmente justo e de alta produtividade.



#### PERSPECTIVA DO CONSUMIDOR

Setor percebido internacionalmente com produtos de qualidade superior e valor agregado provenientes de uma ambiente mais favorável e saudável (biodiversidade botânica + natureza do Brasil + genética da abelha):

- Méis gourmet (especialidade)
- A melhor própolis do mundo.

### FOCO POR STAKEHOLDER:

#### Foco para Mercado Interno



##### Apicultores:

- Aumentar a capacidade produtiva.
- Melhorar a parceria/cooperação entre entreposto e produção: integrar a cadeia.

##### Entreposto:

- P&D: adequar os produtos e embalagens à demanda do mercado.

##### Governo:

- Mudar a imagem do setor para ganhar relevância junto à esfera pública.
- Foco: o papel da Apicultura no meio ambiente e manutenção do trabalhador no campo.

#### Foco para Mercado Externo



##### Consumidor: (mercados alvo)

- Reconhecer a qualidade superior do mel brasileiro.
- Conhecer a própolis brasileira (Europa e USA).
- Manter a posição da própolis na Ásia.

##### Trade especializado: (ex: produtos naturais).

- Reconhecer as vantagens de comprar e promover "Bee Brazil": produtos apícolas brasileiros.

## RESUMO DA REVISÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SETORIAL (2010-2015):

### FOCO EM 2 EIXOS ESTRUTURAIS:

- ✓ Focar em 2 eixos estruturantes: infraestrutura e promoção comercial.
- ✓ As ações de cada eixo foram ancoradas na revisão das ações do PES 2010 e novas recomendações

#### INFRAESTRUTURA



#### PROMOÇÃO COMERCIAL



### AÇÕES EIXO DE INFRAESTRUTURA:



### AÇÕES EIXO DE PROMOÇÃO COMERCIAL/IMAGEM:



## RESUMO DA REVISÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SETORIAL (2010-2015):

### CRONOGRAMA DE PRIORIDADES (2014-2015)

| 1 sem/ 2014   | 2 sem/ 2014              | 1 sem/ 2015   | 2 sem/ 2015 |
|---|--------------------------|---|-------------|
| ✓ Inteligência Comercial<br>✓ Ações de promoção comercial<br>✓ Articulação com Ministério MA/DA |                          |   |             |
| ✓ Desenv. Marca Setorial do Mel<br>✓ Consolidação de estudos mel e própolis                     |                          | ✓ Desenv. Selo Própolis<br>✓ Asses. Imprensa/Fatos marcantes<br>✓ Desenv. Novos Produtos<br>✓ Novas unidades produtivas<br>✓ Integração da Cadeia (cont.) |             |
| Segmentação Empresas  | Piloto Integração Cadeia |   |             |
| Campanha visibilidade Gov.  |                          |   |             |