



giz



**energising
development**



**Estratégia de distribuição e marketing
para soluções energéticas eficientes
num mercado com baixo poder de compra**

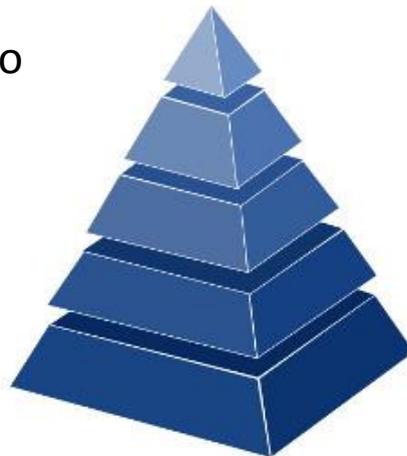


www.avsi.org

19 de Novembro de 2015

Um mercado enorme

- **4,5 milhões** de famílias usam biomassa e fogões ineficientes para cozinhar (cerca de **1,2 milhões** em área urbana ou peri-urbana)
- Mais de **2 milhões** de famílias não tem acesso à electricidade
- Cada domicílio é habitado por cerca de 5 ou 6 pessoas



Um cliente “diversamente rico”

Nas áreas urbanas e periurbanas:

- A renda mensal media por família é de 4.000/6.000 Mzn
- A despesa com o carvão nas áreas urbanas pode chegar até o 10% da renda mensal
- A despesa com a electricidade é de 350/450 Mzn

Nas áreas rurais:

- A renda mensal media por família é de 500/2.000 Mzn
- A despesa com o carvão/lenha é relativamente baixa
- A despesa com a energia é baixa (100/300 Mzn?)

**Rumo à comercialização sustentável:
algumas reflexões**

1. Produção/Importação

A primeira e, pode ser, a mais importante variável rumo à sustentabilidade do mercado local de soluções eficientes no âmbito energético é **o preço de compra ou de produção dos productos!**

Importação

Produção local

Custos para taxas e
desalfandegamento, perda
de valor adiantado

Kg

Carências no serviço, na
qualidade e na eficiência
energética dos productos



- Desmatamento
+ Renda disponível



- Intoxicações (CO₂)
+ Tempo livre



AVSI

1. Produção/Importação

A primeira e, pode ser, a mais importante variável rumo à sustentabilidade do mercado local de soluções eficientes no âmbito energético é **o preço de compra ou de produção dos productos!**

Importação

Produção local

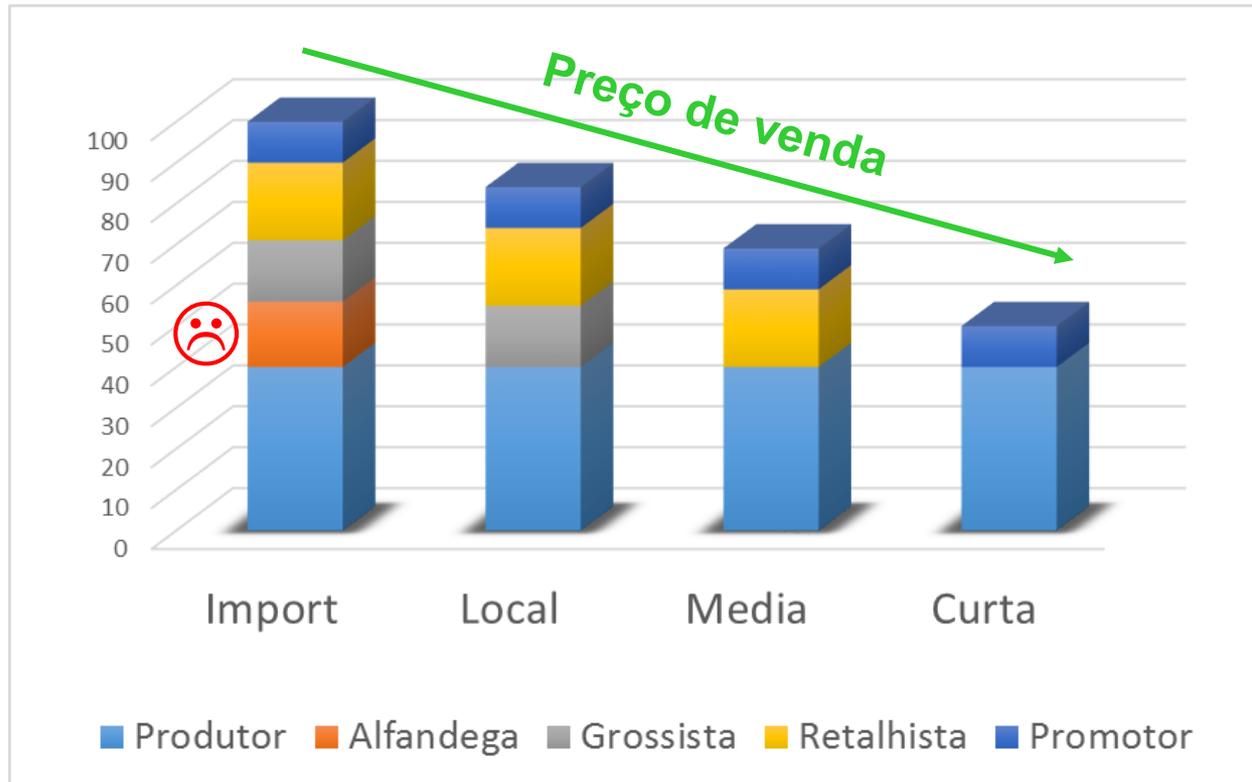
Custos para taxas e
desalfandegamento,
perda de valor adiantado

Kg

Carências no serviço, na
qualidade e na eficiência
energética dos productos



2. Distribuição/Comercialização



- ☹ Normalmente, um **retalhista formal não oferece pagamentos em prestações**, nem pode investir muito tempo na sensibilização e formação do cliente
- 😊 Normalmente, **uma loja na comunidade ou um promotor consegue gerir os pagamentos em prestações** e investe tempo para promover a mudança de hábitos e formar os clientes

3. Promoção



**FOGÃO À CARVÃO
POUPANÇA**

800 Mts

PROMOÇÃO!!
Pagamento CASH
500 Mts
até 31/07/15

Vantagens

- * Consome metade do carvão
- * Poupa pelo menos 400 Mts por mês
- * Reduz bastante a emissão do fumo (até 80% a menos)

Descubra os descontos e saiba mais ligando para:



giz www.avsi.org

INSTRUÇÕES PARA O BOM USO E A LIMPEZA DO FOGÃO

-
-
-
-
-
-



Lições aprendidas



energising
development

- ❗ **O pagamento em prestações é umas das chaves** para a sustentabilidade: “SEM” é impossível vender nas áreas de baixa renda; “COM” vende-se, mas a colecta leva bastante tempo e custos. Além disso a falta de pagamentos arrisca anular todos os esforços da promoção.
 - ➔ **Solução 1: redução do preço de venda (400-500 Mzn no máximo)**
 - ➔ **Solução 2: grupos de poupança, microcrédito comunitário.**
- ❗ Melhor se o vendedor **conhece** e é **conhecido** na comunidade onde quer vender.
- ❗ **Eficácia da remuneração dos vendedores** baseada só nas **comissões**.
- ❗ A **logística** representa um **factor fundamental**.
- ❗ Parece imperativo **envolver** - antes de começar e durante - a **comunidade** e os **líderes locais** prestando muita atenção à não alimentar as expectativas deles!
- ❗ Parece importante para cada distribuidor oferecer diferentes soluções/productos
- ❗ O **monopólio** no que diz respeito ao producto oferecido, ao distribuidor num determinado local e ao produtor/fornecedor, **NUNCA favorece a sustentabilidade**: a competição é essencial, eficaz, eficiente e sustentável!
- ❗ As organizações precisam de formação para elaborar um **plano de negócio** sustentável, conhecer e gerir a sua própria **CONTA ECONÓMICA**



www.avsi.org

Desafios



- 💡 **Industrialização da produção local** de diferentes fogões melhorados certificados
- 💡 Desenvolver um **sistema “seguro” de pagamento das prestações** (Débito automático no banco? Pagamento com a electricidade? Com as recargas telefónicas? Grupos comunitários de poupança e microcrédito?)
- 💡 Avaliar **forma e impacto dos subsídios**: será que, a longo prazo, dificultam o rumo à sustentabilidade contribuindo à **preguiça** de produtores, vendedores e usuários?
- 💡 Apesar dos resultados excepcionais nas vendas do último ano o mercado potencial é ainda enorme (EX: 35.000 fogões vendidos sobre 4,5 milhões!): será que a existência de muitas pequenas intervenções e organizações arrisca multiplicar e **pulverizar** os investimentos sem levar a soluções sustentáveis? Não será melhor desenvolver também algumas **soluções/projectos em grande** (SALTO DE ESCADA)?
- 💡 As organizações sem fins lucrativos constituem uma boa solução mas precisa mais **profissionalismo** e um **enquadramento legal e fiscal** adequado
- 💡 Preparar o caminho para **mudança de combustível** e tecnologia => Fogão a gás? Fogão eléctrico? Produção eficiente de carvão ou carvão vegetal?
- 💡 Promoção pelo governo: campanhas públicas (TV) e nas escolas? Obrigação a usar fogões melhorados? Introduzir classe energética (A, B, C) certificada por um organismo independente e limitações ao uso de fogões ineficientes? Isenções? Bónus saúde?
- 💡 Conciliar o objectivo de evitar intoxicações para a poluição doméstica e o de reduzir o desmatamento com o objectivo de criar um mercado sustentável (não sempre fácil!)

Fases da distribuição ou abordagens alternativas

Maturidade do Mercado e aumento da demanda

1. Distribuição

implementada de maneira mais próxima possível ao consumidor (porta a porta?) por uma organização com o suporte financeiro (Ex: para compra dos productos e para a distribuição) e técnico externo. Acumulação das receitas para financiamento.



2. Venda

realizada por uma organização (melhor sem fins lucrativos para reduzir os custos e a cadeia do valor) cuja sustentabilidade seja suportada por (i) organização internacional ou projecto; (ii) Impact fund; (iii) venda de CERs



3. Negócio

gerido por uma organização existente com ou sem venda de CERs (Venda porta a porta ou retalho), sem outros subsídios ou suportes!



Ultimas recomendações

Para arrancar e tornar qualquer negócio SUSTENTÁVEL...

➔ A primeira pergunta não é “O que?” mas “**QUEM?**”

➔ Precisa respeitar a “**trindade**”:
sozinho, nenhum ser humano
é capaz de

1. Produzir (...BEM!)
2. Vender (...BEM!)
3. Administrar (...BEM!)



Khanimambo!