



Criada em Agosto de 2002, a Distribuidora Nacional de Açúcar é a face visível de um grupo de produtores responsáveis pela produção de mais de 440,000 toneladas métricas de açúcar e que empregam mais de 36 mil trabalhadores. A DNA é constituída por quatro Açucareiras; Maragra Açúcar, Companhia de Sena, Açucareira de Xinavane – Tongaat Hulett e Açucareira de Moçambique – Tongaat Hulett.

Valor da Marca

DNA-Distribuidora Nacional de Açúcar, sob sua marca corporativa Açúcar Nacional, opera o marketing completo e as funções de distribuição para os produtores de açúcar em Moçambique. O açúcar é produzido e embalado em vários locais garantindo fornecimento contínuo para os clientes locais e internacionais. O nosso papel como um fornecedor-chave de ambos - açúcares directos para o consumidor através das nossas principais marcas de retalho e também como fornecedor de um ingrediente primário para a indústria de transformação. O Açúcar Nacional fornece os níveis de serviço necessários para consolidar a qualidade e a segurança dos produtores, de forma a oferecer a melhor experiência ao cliente, fundamentada num conhecimento proprietário e em funcionários que se entregam com base na definição da marca.

Produto e Desenvolvimento Futuro

DNA traz doçura e luz para uma das maiores indústrias de Moçambique. O nome da marca é bem reconhecido em todo país. Atrás do logótipo familiar está uma distribuição bem ole-

ada e uma máquina de marketing eficaz para garantir que o açúcar moçambicano está no lugar certo e na hora certa para os consumidores domésticos. DNA dá assessoria logística e de marketing para uma grande operação contínua que usa combóios, camiões e barcos no transporte do bem conhecido Açúcar Nacional. A sua equipa dedicada em todo o país assegura que os moçambicanos recebem o seu açúcar no local certo e a preço acessível. Para garantir esta grande tarefa, a DNA responsabiliza-se por todo o açúcar produzido em Moçambique, assim que entra nas fábricas. O primeiro passo desta massiva operação de distribuição é garantir que todas as províncias moçambicanas recebem o tão desejado Açúcar Nacional. Um investimento significativo na indústria do açúcar em Moçambique transformou Moçambique, de um importador líquido para um grande exportador de açúcar. Toda a produção excedente é exportada gerando receitas de exportação valiosas para o país. Destinos de exportação tradicionais, estimulados pelas oportunidades de aumento do comércio, incluem os EUA, a União

Europeia e países africanos da região. De um ponto de vista de um exportador a DNA desempenha um papel fundamental no marketing de exportação, gerindo o fluxo de açúcar, que se esforça para garantir que o açúcar moçambicano continua a ser um produto preferencial de abastecimento para os compradores internacionais, empregando os mais altos padrões de qualidade em produtos e gestão logística das fábricas até aos terminais exportadores. Como o açúcar é um produto importante para o futuro, pode-se ligar o consumo de açúcar ao PIB de um país, dado que geralmente o consumo de açúcar sobe com a prosperidade económica, o que impulsiona a produção industrial de produtos processados. Nos países desenvolvidos 80% do consumo de açúcar é através de produtos processados, como refrigerantes. Com o aumento do poder de compra, a procura de açúcar continua a crescer. Nesta perspectiva, a indústria continua a desenvolver a sua embalagem e as suas linhas de operações, a fim de atender às necessidades dos clientes. Com o desenvolvimento do mercado, a DNA continua



a concentrar-se na qualidade do produto e está envolvida, juntamente com as fábricas de açúcar, melhorando e expandindo o manuseio e os sistemas de embalagem. Uma série de projectos estão actualmente em consideração pela indústria do açúcar, incluindo bio-etanol, co-geração e refinação de açúcar. O Açúcar Nacional estará provavelmente envolvido no desenvolvimento destes processos.

O Mercado

Embora a produção de açúcar em Moçambique esteja em crescimento, o consumo local está a crescer a um ritmo inferior ao aumento na produção, uma fatia importante da produção é portanto exportada, principalmente para a União Europeia no âmbito de acordos preferenciais de comércio. Nessa esfera é importante garantir que Moçambique está em conformidade com padrões e especificações relevantes e também centrais para que o país continue a desenvolver-se como um fornecedor relevante e confiável para essa região.

No mercado doméstico, a DNA opera dois segmentos principais: (a) fornecimento de Açúcar Nacional para o mercado consumidor é direta através de sistema de distribuição nacional e (b) como um fornecedor de um ingrediente principal para os consumidores de açúcar industriais. Em relação ao mercado Consumidor direto, a DNA distribui vários tipos de açúcar e tamanhos de embalagens. A estratégia de marketing da DNA inclui, entre outros, vendas bem coordenadas e sistema de distribuição para garantir o abastecimento de todo o país. Distribuição do produto em todo o país é um desafio colossal dado o imenso tamanho do país e considerando as limitações logísticas e de infraestruturas de transporte disponível no país. A abordagem da DNA, desde a sua criação, tem sido muito *hands-on*, mantendo-se, assim, próxima do mercado ao empregar e desenvolver recursos e parceiros com a capacidade de lidar com problemas no terreno. A marca Açúcar Nacional reflete o compromisso da indústria do açúcar em Moçambique oferecendo a qualidade e excelência de um produto produzido localmente. Todas as fábricas utilizam equipamentos e tecnologia de primeira e trabalham com os mais altos padrões de qualidade, a fim de produzir o extremamente popular Açúcar Nacional. Dado o estado de desenvolvimento da indústria, não se pode esquecer o valor social deste produto caseiro e é a combinação desses valores que estão enraizados na publicidade e promoção de Açúcar Nacional. No segmento do consumidor

industrial a DNA trabalha em colaboração com os consumidores de açúcar industriais com o foco em características especiais para a produção de produtos variados, como bebidas e alimentos processados. A unidade neste segmento é para o Açúcar Nacional cumprir o seu papel crítico como fornecedor de um ingrediente principal de fábrica. É portanto imperativo que o Açúcar Nacional assuma o seu papel como parte integrante do processo, fornecendo um serviço de valor acrescentado para satisfazer as necessidades dos clientes e garantindo qualidade, segurança e higiene do mais alto nível.

Comunicação

O mercado de açúcar num país complexo e em rápida mutação como Moçambique continua a ter a distribuição como desafio fundamental. O esforço principal do Açúcar Nacional continua a ser expandir a penetração de mercado, principalmente nas áreas rurais mais distantes, onde o transporte é frequentemente errático e oneroso. A estratégia do Açúcar Nacional tem sido a de garantir que através de um sistema de distribuição eficiente e bem administrado, abrangendo 17 postos de todo o país, que o açúcar esteja facilmente disponível para os consumidores e a preços acessíveis, independentemente da distância da plantação. Além de ser um ingrediente básico, a indústria de açúcar tem um alto valor social em Moçambique, dado que a indústria emprega mais de 36.000 trabalhadores no pico de trabalho. Mas apoia muito mais pessoas das suas famílias e comunidades dado que todas as fábricas têm programas de desenvolvimento social e serviços como saúde, educação, saneamento e habitação. Esses valores fornecem a plataforma de valores para a Marca Açúcar Nacional com base nos princípios do desenvolvimento nacional de um produto cultivado no nosso País. Estes valores são transpostos na estratégia de comunicação e de publicidade do Açúcar Nacional e o foco promocional permanece muito centrado no crescimento e no desenvolvimento desta indústria nacional. Estas são expressas através da publicidade, media e campanhas de promoção que visam de reforçar a lealdade à marca e aumentar a presença do produto. A marca DNA é visível em todo o país através de publicidade em datas comemorativas de relevância nacional destacando a importância deste sector como uma empresa cidadã. O Açúcar Nacional participa em inúmeros eventos e iniciativas e é uma das marcas divulgadoras do selo *Made in Moçambique*.

Factos que se desconhece

O açúcar é um dos mais antigos ingredientes, que remonta a 326 aC. Açúcar não tem gordura e é 100% natural.

Em 2001, os cientistas descobriram açúcar no espaço sideral! O açúcar é uma importante fonte de hidratos de carbono.

Nome do açúcar originado da palavra sânscrita "Sharkara", que significa "material em uma forma de grânulos."

Açúcar ajuda o remédio a descer! É um componente importante de muitos medicamentos modernos. O logotipo de Açúcar Nacional contém todas as cores da bandeira de Moçambique.

A indústria do açúcar é o maior empregador privado em Moçambique.

Vantagem Competitiva

A estratégia do Açúcar Nacional tem sido sempre participante e, portanto, leva a uma ampla presença em todo o país para maximizar o crescimento. A inteligência de mercado localizada por expandir a presença física tanto directamente como através de parcerias cuidadosamente seleccionadas com terceiros operadores tem estimulado o crescimento nos últimos anos. Estar perto do mercado permitiu decisões rápidas, de forma a se adaptar às condições de um mercado em constante mudança. Investir em recursos e tecnologia para garantir que a distribuição, planeamento e controlo para maximizar os níveis de eficiência e de serviço sem comprometer a qualidade. A combinação de sistemas de gestão e de uma estratégia de marketing altamente eficaz provou ser o auge para o sucesso da indústria, tendo as vendas passado de 60.000 Mt por ano para 190.000 Mt ao longo dos últimos 8 anos. 20081 milhão de toneladas vendidas desde a introdução da marca

2001

DNA estabelece-se como agente de marketing central para as fábricas de açúcar

2002

Assume o papel principal na gestão de todo o açúcar produzido pelas fábricas em Moçambique e introduz a marca Açúcar Nacional

2003

DNA inicia as exportações de açúcar para a UE, as primeiras dos acordos comerciais

2005

Açúcar Nacional apresenta uma nova estratégia de distribuição e abre os depósitos de vendas directas em todo o país

2008

1 milhão de toneladas vendidas desde a introdução da marca

2011

1 milhão de toneladas: marco das exportações de Moçambique desde a reabilitação da indústria