



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Braga, Augusto Manuel Martins

Processo de implantação da Prilux em Angola

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/1185>

Metadata

Issue Date	2010
Abstract	Os novos mercados, as novas possibilidades, as novas oportunidades e desafios são sempre motivadores para empresas e pessoas que entendem que existe sempre mais algo a fazer e que é sempre possível fazer mais, atingir mais. Nesse sentido o grupo “Marlux”, como é mais conhecido, apostou em mais um mercado, a ele se dedicou no processo de avaliação e posterior instalação. Encontrou um sócio Angolano e decidiu que a Província de Benguela seria o local de instalação. Como estratégia de implementaç...
Type	Thesis
Peer Reviewed	No
Collections	ESACB - Engenharia das Ciências Agrárias e Ambiente - Ramo Rural

This page was automatically generated in 2019-10-05T21:11:56Z with information provided by the Repository



ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA
INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO

Processo de implantação da Prilux em Angola

Engenharia das Ciências Agrárias e Ambiente— Ramo Rural
Relatório do Trabalho de Fim de Curso

Augusto Manuel Martins Braga



CASTELO BRANCO

2010

Índice

1 – Introdução	1
2 – As Empresas Marlux e Prilux	3
3 – Caracterização de Angola e da província de Benguela	7
3.1 – Angola	7
3.1.1 – Clima	10
3.1.2 – Demografia	12
3.1.3 – Economia	12
3.2 – Província de Benguela	13
3.2.1 – Caracterização da Região do Vale do Rio Cavaco	14
3.2.2 – Características Gerais	14
3.2.3 – Economia	16
3.2.4 – Fisiografia	17
3.2.5 – Geologia e Litologia	19
3.2.6 – Solos	20
3.2.7 – Vegetação	23
4 – Estratégias de implantação no mercado angolano	27
4.1 – Prospeção de Mercado	27
4.2 – Abordagem ao Mercado	28
4.3 – Instalação da Empresa	31
4.4 – Estratégias de Actuação	33
4.4.1 – No Campo	33
4.4.2 – Na Loja	34
4.4.3 – Nas Entidades	36
4.4.4 – Nas Fazendas	37
4.4.5 – Em Portugal	39

5 – Parceria Local	40
6 – Resultados e Conclusões	48
Bibliografia	53

RESUMO

Os novos mercados, as novas possibilidades, as novas oportunidades e desafios são sempre motivadores para empresas e pessoas que entendem que existe sempre mais algo a fazer e que é sempre possível fazer mais, atingir mais.

Nesse sentido o grupo “Marlux”, como é mais conhecido, apostou em mais um mercado, a ele se dedicou no processo de avaliação e posterior instalação. Encontrou um sócio Angolano e decidiu que a Província de Benguela seria o local de instalação.

Como estratégia de implementação dos produtos e técnicas modernas de irrigação, optou por uma presença de proximidade com os melhores clientes da região, que eram também os mais preparados (economicamente e psicologicamente) para darem os passos necessários aos novos desafios por nós apresentados.

Fruto da nossa entrega, da forma humilde e receptiva da abordagem, de um investimento cada vez mais forte, os resultados da facturação tem permitido ao grupo crescer de forma sustentada e permitir a sua permanência em Angola, fazendo face aos custos de vida elevadíssimos.