



FESTIVAL DE TEATRO AMADOR ELIETE FERNANDES

LANÇAMENTO ESPECIAL



Coordenaram esta edição: Manuel Francisco Neto / Maria Mbuanda Caneca Gunza Francisco / Vilma Maria da Silva

<https://primeiraevolucao.com.br>



<https://doi.org/10.52078/issn2675-2573.rpe.59>

Editor Responsável: Antônio Raimundo Pereira Medrado
Editor correspondente (ANGOLA): Manuel Francisco Neto

Coordenação editorial:

Ana Paula de Lima
Andreia Fernandes de Souza
Antônio Raimundo Pereira Medrado
Isac dos Santos Pereira
José Wilton dos Santos
Vilma Maria da Silva

Coordenação editorial (Angola):

Manuel Francisco Neto
Maria Mbuanda Caneca Gunza Francisco

Com. de Avaliação e Leitura:

Prof. Dr. Adeílson Batista Lins
Prof. Me. Alexandre Passos Bitencourt
Profa. Esp. Ana Paula de Lima
Profa. Dra. Andreia Fernandes de Souza
Profa. Bianca de Assis Pirahy
Profa. Dra. Denise Mak
Prof. Me. Edson da Conceição Graça (Angola)
Prof. Me. Isac dos Santos Pereira
Prof. Dr. Manuel Francisco Neto (Angola)
Profa. Ma. Maria Mbuanda Caneca Gunza Francisco (Angola)
Profa. Esp. Mirella Clerici Loayza
Prof. Me. Tavares dos Santos Muhongo (Angola)
Profa. Dra. Thaís Thomaz Bovo
Prof. Me. Wilder Dala Quinjangó (Angola)

Bibliotecária:

Patrícia Martins da Silva Rede

Colunistas:

Prof. Dr. Adeílson Batista Lins
Profa. Bianca de Assis Pirahy
Prof. Dr. Isac Chateaufort
Jornalista João Domingos Terin (William Terin)
Profa. Ma. Cleia Teixeira da Silva
Prof. Me. José Wilton dos Santos
Profa. Esp. Mirella Clerici Loayza

Web-edição:

T.I. Lee Anthony Medrado

Contatos

Tel. 55(11) 99543-5703
Whatsapp: 55(11) 99543-5703
primeiraevolucao@gmail.com (S. Paulo)
netomanuefrancisco@gmail.com (Luanda)
<https://primeiraevolucao.com.br>

Imagens, fotos, vetores etc:

<https://publicdomainvectors.org/>
<https://pixabay.com>
<https://www.pngwing.com>
<https://br.freepik.com>

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Revista Primeira Evolução [recurso eletrônico] / [Editor] Antonio Raimundo Pereira Medrado. – ano 6, n. 59 (jun. 2025). – São Paulo : Edições Livro Alternativo, 2025. 238 p. : il. color

Bibliografia

Publicação contínua desde 2020.

Bimestral

e-ISSN 2675-2573

Disponível apenas online.

Modo de acesso: <https://primeiraevolucao.com.br>

DOI 10.52078/issn2673-2573.rpe.59

1. Educação – Periódicos. 2. Pedagogia – Periódicos. I. Medrado, Antonio Raimundo Pereira, editor. II. Título.

CDD 22. ed. 370.5

Patrícia Martins da Silva Rede – Bibliotecária – CRB-8/5877

Em parceria com:



São Paulo | 2025

Publicada no Brasil por:

Livro Alternativo
www.livroalternativo.com.br
CNPJ: 28.657.494/0001-09

05 EDITORIAL

Antônio R. P. Medrado

06 Catalog'Art; Naveg'Ações de Estudantes

Isac Chateaneuf

08 Ciência, Tecnologia & Sociedade

Adeilson Batista Lins

10 Educação & Literatura

Mirella Clerici Loayza

12 ENTRE LINHAS E LOUSAS

Bianca de Assis Pirahy

17 POIESIS

13 DESTAQUE Festival de Teatro Amador Eliete Fernandes

ARTIGOS

1. IMPACTO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS NA GARANTIA DO SUCESSO DO BANCO DE POUPANÇA E CRÉDITO EM 2022	
<i>Adriano Kiaku Mbuta Afonso Tunga</i>	19
2. DIFICULDADES EMOCIONAIS: SUPERANDO TRAUMAS E DIFICULDADES EMOCIONAIS NA EDUCAÇÃO	
<i>Angélica Rodrigues Valentin</i>	25
3. IMPACTO DAS MICROFINANÇAS NA ECONOMIA INFORMAL NO MUNICÍPIO DE MALANJE PROVÍNCIA DE MALANJE	
<i>Antônio da Silva Bige</i>	35
4. GESTÃO ESTRATÉGICA COMO INDICADOR DE DESEMPENHO POSITIVO E COMPETITIVO NAS EMPRESAS. O CASO DA EDIÇÕES NOVEMBRO, EMPRESA PÚBLICA 2023	
<i>Bernarda Domingos Martins</i>	43
5. A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES	
<i>Cristina Sena da Conceição</i>	49
6. PEDAGOGIA DA SAÚDE UMA PRÁTICA NECESSÁRIA	
<i>Edson da Conceição Graça</i>	55
7. TRABALHANDO A DIVERSIDADE NA EDUCAÇÃO INFANTIL	
<i>Elisete Vicente da Silva Oliveira</i>	65
8. IMPACTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA EDUCAÇÃO ESCOLAR	
<i>Fortuna Neto Figueiredo Vitangui</i>	83
9. DIVULGAÇÃO DA INFORMAÇÃO FINANCEIRA: SEUS PRINCIPAIS MODELOS TEÓRICOS	
<i>Francisco de Assis / Nelito Antônio</i>	93
10. RODA DE CONVERSA	
<i>Girlene Nascimento da Silva Mantovani</i>	99
11. ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: MODELO BASEADO EM RECURSOS (RBV) COM RETORNOS ACIMA DA MÉDIA, STAKEHOLDERS E LIDERANÇA ESTRATÉGICA	
<i>José Campos Kifuba</i>	107
12. RACISMO AMBIENTAL E EDUCAÇÃO INFANTIL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA UMA PRÁTICA PEDAGÓGICA ANTIRRACISTA E ECOLÓGICA	
<i>Juliana da Silva Oliveira</i>	119
13. EDUCAÇÃO E LETRAMENTO: A IMPORTÂNCIA DO LETRAMENTO NA EDUCAÇÃO INFANTIL	
<i>Juliana Guimarães de Sousa</i>	127
14. ESTIMA COMO FERRAMENTA PARA DIVULGAÇÃO DE MARCAS NA GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS	
<i>Lígia Sandra Luquessa Nzandi</i>	133
15. TEATRO NA SALA DE AULA: UMA PROPOSTA PARA UMA EDUCAÇÃO DINÂMICA	
<i>Luzinete Bispo dos Santos</i>	141
16. A PROBLEMATIZAÇÃO DO BULLYING ATRAVÉS DO CINEMA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO E IMPACTO SOCIAL	
<i>Marcelo Santos de Mascarenhas</i>	151
17. MICROPLÁSTICOS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL: UMA ABORDAGEM INTERDISCIPLINAR PARA A FORMAÇÃO DA CONSCIÊNCIA CRÍTICA NAS ESCOLAS	
<i>Maria Aparecida da Silva</i>	159
18. TRANSTORNO E DÉFICIT DE ATENÇÃO E HIPERATIVIDADE NO AMBIENTE ESCOLAR	
<i>Mariangela de Jesus Chagas</i>	165
19. TABAGISMO E CIGARRO ELETRÔNICO: RISCOS À SAÚDE E ENVELHECIMENTO DA PELE	
<i>Marilena Wackler</i>	173
20. ANÁLISE CRÍTICA DO RESULTADO DO EXERCÍCIO NA DISTRIBUIÇÃO DO LUCRO FACE ÀS DISPONIBILIDADES: CASO ENDIAMA (2021)	
<i>Mbengui Nzinga Daniel</i>	179
21. DESAFIOS DOS EDUCADORES DA REDE MUNICIPAL DE SÃO PAULO NA INCLUSÃO DE CRIANÇAS EXPATRIADAS NA PRIMEIRA INFÂNCIA E CICLO DE ALFABETIZAÇÃO	
<i>Mirella Clerici Loayza</i>	183
22. O PAPEL DO GESTOR DE RECURSOS HUMANOS NO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS INDIVIDUAIS E ORGANIZACIONAIS	
<i>Muxima Ribeiro Joaquim Faustino</i>	193
23. GÊNERO, RAÇA E FRACASSO ESCOLAR: UMA ANÁLISE A PARTIR DE GUACIRA LOPES LOURO E NILMA LINO GOMES	
<i>Solange Aparecida Silva</i>	203
24. PROGRAMA SÃO PAULO INTEGRAL E A FORMAÇÃO DE PROFESSORES: TEORIA E PRÁTICA EM FOCO	
<i>Tânia Maria Pereira Castro</i>	211
25. ALIMENTAÇÃO NA PRIMEIRA INFÂNCIA: CUIDADOS, VÍNCULOS E AUTONOMIA NA CRECHE SOB A ABORDAGEM PIKLER	
<i>Thais Maranhão Pereira Rodrigues</i>	217
26. O MOVIMENTO NA EDUCAÇÃO INFANTIL	
<i>Viviane Marcia Santos de Mascarenhas</i>	227

**ESTA REVISTA É MANTIDA E FINANCIADA POR PROFESSORAS E PROFESSORES.
SUA DISTRIBUIÇÃO É, E SEMPRE SERÁ, LIVRE E GRATUITA.**

A **REVISTA PRIMEIRA EVOLUÇÃO** é um projeto editorial idealizado pela **Edições Livro Alternativo** com o objetivo de **empoderar e inspirar educadores** na jornada de compartilhar suas pesquisas, estudos, experiências e relatos de vivências.

UM CORPO EDITORIAL DE EXCELÊNCIA:

Nossa equipe conta com especialistas, mestres e doutores(as), todos com vasta experiência na rede pública de ensino, além de profissionais experientes nas áreas do livro e da tecnologia da informação. Essa expertise garante a qualidade e o rigor científico das publicações da revista.

INDEPENDÊNCIA E AUTONOMIA:

Um dos nossos diferenciais é a total independência, viabilizada pelo **financiamento colaborativo de professores e professoras**. Essa autonomia nos permite defender a liberdade de expressão e a diversidade de ideias, priorizando a qualidade dos conteúdos e o impacto positivo na educação.

PROPÓSITOS QUE IMPULSIONAM A TRANSFORMAÇÃO:

- **Promover o debate** crítico e reflexivo sobre os diversos aspectos da educação, com base nas vivências, pesquisas, estudos e experiências dos profissionais da área;
- **Proporcionar a publicação** de livros, artigos e ensaios que contribuam para o aprimoramento da educação e o desenvolvimento profissional dos educadores;
- **Apoiar a publicação** de obras de autores independentes, democratizando o acesso à informação e promovendo a diversidade de vozes;
- **Incentivar o uso de softwares livres** na produção de materiais didáticos e na difusão do conhecimento, promovendo a inclusão digital e a redução de custos;
- **Fomentar a produção de livros** por professores e autores independentes, reconhecendo e valorizando a experiência e o saber dos profissionais da educação;

PRINCÍPIOS QUE GUIAM A NOSSA ATUAÇÃO:

- **Priorizar trabalhos voltados para a educação**, cultura e produções independentes, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e democrática;
- **Utilizar exclusivamente softwares livres** na produção de livros, revistas e materiais de divulgação, promovendo a transparência, a colaboração e a acessibilidade;
- **Incentivar a produção de obras coletivas** por profissionais da educação, fomentando a colaboração e o compartilhamento de conhecimentos;
- **Publicar e divulgar livros de professores** e autores independentes, valorizando a diversidade de vozes e perspectivas na educação;
- **Respeitar a liberdade e autonomia** dos autores, garantindo a originalidade e a autenticidade das obras publicadas;
- **Combater o despotismo, o preconceito e a superstição**, defendendo os valores da democracia, da tolerância e do respeito à diversidade;
- **Promover a diversidade e a inclusão**, valorizando as diferentes culturas, identidades e experiências presentes na comunidade educacional.

A **REVISTA PRIMEIRA EVOLUÇÃO** é mais do que uma revista, é um movimento pela transformação da educação, um espaço para a colaboração, o aprendizado e a inovação.

Junte-se a nós e faça parte da construção de um futuro mais promissor para a educação!

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS



Indexadores: _____



Filiada à:



Produzida exclusivamente com utilização de softwares livres



GESTÃO ESTRATÉGICA COMO INDICADOR DE DESEMPENHO POSITIVO E COMPETITIVO NAS EMPRESAS. O CASO DA EDIÇÕES NOVEMBRO, EMPRESA PÚBLICA 2023¹

BERNARDA DOMINGOS MARTINS²

RESUMO: Este artigo examina como a Gestão Estratégica se tornou um indicador essencial para o sucesso da Edições Novembro, Empresa Pública (EP). Primeiramente, é apresentada uma visão geral da empresa, destacando sua relevância e posição no mercado editorial angolano. Em seguida, são explorados os conceitos fundamentais da Gestão Estratégica e sua aplicação prática, ressaltando como essa abordagem capacita as organizações a enfrentar desafios, identificar oportunidades e alcançar objetivos de longo prazo. Este estudo teve em conta o método quantitativo, para validar as hipóteses, de dados estruturados, com análise de um grande número de casos representativos. Como resultados esta empresa teve inúmeras ações estratégicas levadas a cabo nos últimos tempos como exemplo, o projecto do novo site de Jornal de Angola, tornando-o mais eficiente e interativo, do qual os seus trabalhadores tiveram como indicadores positivos o desempenho e a competição. São analisadas as estratégias adotadas pela empresa, os desafios enfrentados e os resultados obtidos, destacando como uma Gestão Estratégica eficaz contribuiu para seu desempenho positivo e competitivo no mercado editorial. Portanto, destaca-se a importância contínua da Gestão Estratégica como um diferencial para a empresa, tornando-a mais dinâmica, sólida e adaptável, que permita antecipar mudanças no ambiente de negócios e tomar decisões informadas para garantir sua relevância e competitividade a longo prazo.

Palavras-chave: Gestão estratégica; Indicador de Desempenho; Edições Novembro.

INTRODUÇÃO

Na era contemporânea dos negócios, a gestão estratégica emerge como um catalisador essencial para o sucesso e a sustentabilidade das organizações. A capacidade de uma empresa em formular e implementar estratégias eficazes não apenas molda seu desempenho atual, mas também estabelece a trajetória para a competitividade futura em um ambiente dinâmico e desafiador. Este artigo científico propõe examinar o papel crucial da gestão estratégica como um indicador de desempenho

positivo e competitivo nas empresas, através de um estudo de caso detalhado da EP no ano de 2023.

O foco central deste artigo será o caso específico da Empresa já atrás indicada em 2023. Serão analisadas as estratégias adoptadas pela empresa, os desafios enfrentados e os resultados obtidos, com ênfase nos aspectos que demonstram como uma Gestão Estratégica (GE) eficaz contribuiu para seu desempenho positivo e sua competitividade no mercado editorial.

¹ Este artigo foi desenvolvido para servir como um contributo científico em Pedagogia e Didática.

² Licenciada em Gestão e Administração Pública pela Faculdade de Ciências Sociais e mestrado em Gestão Estratégica de Empresas pelo Instituto Superior Politécnico Kanganjo de Angola – ISKA. Atualmente, atua como docente e como Chefe de Secção de Fomento à Transformação Digital na Vertente Estratégia no MINDENACVP.

E-mail nairmartins2020@gmail.com - telefone 921314628

Em um sector dinâmico como o editorial, a capacidade de inovar e antecipar as necessidades dos consumidores é essencial. Uma abordagem estratégica permite à EP posicionar-se de forma única no mercado, oferecendo produtos e serviços diferenciados que atendam às demandas do público-alvo. Além disso, a gestão estratégica pode impulsionar a eficiência operacional, otimizando processos internos e melhorando a produtividade da equipa.

Por fim, serão apresentadas conclusões que sintetizam as principais descobertas deste estudo e oferecem insights sobre a importância contínua da GE como um diferencial competitivo para as empresas, especialmente em sectores altamente dinâmicos e competitivos como o da EP.

No cenário atual, a indústria editorial enfrenta uma série de desafios decorrentes da rápida evolução tecnológica, das mudanças nos hábitos de consumo de conteúdo e das pressões econômicas globais. Empresas do sector, como a EP estão sob constante pressão para se adaptarem a essas mudanças e garantirem sua relevância e competitividade no mercado.

Em particular, a EP líder no sector editorial em Angola, está enfrentando desafios significativos para manter sua posição de destaque e continuar a crescer em um ambiente cada vez mais competitivo. O aumento da concorrência, a rápida digitalização do consumo de conteúdo e as mudanças nas preferências dos consumidores são apenas algumas das questões que a empresa precisa enfrentar para garantir seu sucesso contínuo.

Diante desse contexto desafiador, surge a seguinte pergunta: Como a Gestão Estratégica pode ser um elemento-chave para impulsionar o desempenho positivo e a competitividade da Edições Novembro, Empresa Pública (E.P.) no mercado editorial em Angola?

GESTÃO ESTRATÉGICA

É nossa intenção a partir deste ponto, apresentar as ideias de distintos autores, sobre a

questão da gestão estratégica nas organizações, no sentido de ser um indicador de desempenho positivo, vale ressaltar que as ideias ora anunciadas, reflectem somente as ideias dos autores, não sendo possível portanto serem tidas como absolutas, daí que nalgumas vezes serão parafraseadas, no sentido deixar-se a nossa opinião.

Vale ressaltar que para um melhor entendimento, toma-se por necessário definir o termo “estratégia” no contexto organizacional. Assim, estratégia é um caminho ou maneira adequada para se atingirem resultados da organização, representados por seus objetivos, desafios e metas.

Para Ansoff (1977), “a estratégia é a arte de reunir o máximo de certezas para enfrentar a incerteza”.

Na visão de Chandler (1962), a estratégia é “a determinação das metas e objetivos básicos de longo prazo de uma empresa, e a adopção de cursos de ação e alocação de recursos necessários para pôr em prática essas metas”.

Já para Kaplan e Norton (1997), estratégia é o “conjunto de hipóteses sobre causas e efeitos. O sistema de medição deve tornar explícitas as relações (hipóteses) entre os objectivos (e as medidas) nas várias perspectivas, para que elas possam ser geridas e validadas”.

Pelo entendimento que se tem, as estratégias são expressões operacionais de políticas, no sentido de que, dentro de um sistema de administração, elas definem critérios operacionais sobre quais os 'programas estratégicos' são concebidos, relacionados e implantados. Esses programas podem dizer respeito tanto ao conjunto de atividades (estratégias externas) como também às (estratégias internas), que tratam da estrutura organizacional e das atividades de controle social.

Num contexto de planeamento, a estratégia é considerada como “uma etapa de clarificação da concretização da metodologia do projecto, sendo assim concebida no âmbito da articulação entre recursos e objetivos, e

visando a elaboração de um pensamento director em torno do qual se estruturam, de forma mais ou menos corrente, as decisões fundamentais” (Couto, 2002).

Percebe-se aqui que como cada vez mais os objectivos que traçamos como definitivos assumem um carácter provisório, porque têm de ser adequados constantemente à evolução dos conhecimentos, da tecnologia e das missões prosseguidas pelas instituições, então, a adopção de estratégias é crítica para o êxito das organizações num contexto em rápida mudança.

Nota-se ainda que a estratégia envolve, a formulação, a implantação e o controle.

Assim a formulação inclui:

- A identificação da missão da organização, ou seja, o seu carácter de orientação global e forma de estar;
- A definição dos objectivos que concretizam a missão;
- A análise do ambiente, que permite conhecer ameaças e oportunidades;
- O diagnóstico interno, que evidencia os pontos fortes e fracos da organização, e que incide na sua estrutura, cultura e recursos.

Outro conceito de estratégia é o de Neves (2003), onde consta que a estratégia é a “linha de actuação de uma organização/serviço face a metas ou alvos a atingir de acordo com a leitura da sua missão (objectivos estratégicos), de acordo com a avaliação sistemática das oportunidades e ameaças (gestão estratégica) e uma visão de futuro decorrente de uma análise prospectiva do seu campo de acção e ambiente externo (pensamento estratégico) ”.

Neste entendimento a estratégia ultrapassa o sentido militar da arte do general, e abarca o sentido empresarial de definição de objetivos, metas, políticas, programas, planos, sequência de acções, tácticas, atribuição de recursos, manobra, logística, sincronização de forças, operações, selecção de posições, modelos, atitudes, optimização de decisões, propósitos, desígnios e outros.

No sentido amplo do termo, qualquer entidade em confronto com outra carece de uma

estratégia, seja explícita e deliberada, seja implícita e espontânea e que responde a perguntas de índole específica que, caso estejam corretamente formuladas, podem ter respostas actualizadas, como sejam:

- Que desejo fazer?
- Que posso fazer?
- Que move a competição?
- Como vai evoluir a situação?
- Que acções realizarão provavelmente os competidores?
- Como responder a essas acções dos competidores?
- Quais os meus pontos fortes e débeis?
- Quais as ameaças, riscos e oportunidades?
- Como me afetam as mudanças na política interna?
- Como me afetam as políticas futuras supra-nacionais?

Vale ressaltar que, a estratégia, quando devidamente concebida e aplicada serve, como um Indicador de Desempenho Positivo e Competitivo nas Empresas, e não o inverso. Assim é que no mercado, as organizações que já se deram conta de tal variável, buscam aperfeiçoar cada vez mais as suas estratégias de actuação, dando ênfase a este modelo de gestão, explorando todo o seu entorno, alcançando maiores resultados, maximizando a sua produção, e tendo com isso um posicionamento de mercado, além do esperado, sobretudo dado o contexto macroeconómico que se vive atualmente.

MÉTODO-ABORDAGEM QUANTITATIVA

Para o presente artigo utilizou-se o método indutivo. Tomou-se por conveniente utilizar o método indutivo, pois que o pesquisador tem algum contacto real com o fenómeno.

Método indutivo ou indução é o raciocínio que, após considerar um número suficiente de casos particulares, conclui uma verdade geral. A indução, ao contrário da dedução, parte de dados particulares da experiência sensível (Lakatos, 2015).

Quanto ao modelo de abordagem, utilizou-se o paradigma quantitativo. Para Mattar (2001), “a pesquisa quantitativa busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de um grande número de casos representativos, recomendando um curso final da ação”.

As hipóteses como teorias que são, podem ser verificadas através de resultados de experimentos ou de observações que mostram que as previsões se confirmam.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Edições Novembro-EP é uma empresa pública dotada de personalidade jurídica, de autonomia administrativa, financeira e patrimonial (nº1 do artigo 7º da Lei nº 11/13 de 3 de setembro, Lei de base do sector empresarial), tem por objetivo social principal a produção e a edição de publicações periódicas e não periódicas, assim como a edição e impressão por encomenda ou contrato, de publicações especializadas e de publicidade.

Tem por missão:

- Produzir informação escrita generalista e especializada para o mercado nacional;
- Divulgar a realidade angolana internacionalmente, através das facilidades crescentes da internet;
- Prestar ao Estado Angolano um serviço de interesse público para a informação dos cidadãos;
- Criar um sistema de distribuição a nível nacional que garanta a circulação atempada das suas publicações;
- Garantir a pluralidade e rigor da informação que veicula através das suas publicações.

A visão da **Edições Novembro-EP** está definida do seguinte modo:

- Afirmar a importância Nacional da Edições Novembro – EP, no âmbito da circulação democrática e plural da informação noticiosa escrita, ajustando qualitativamente os seus produtos às preferências do público e reforçando a sua presença atempada no território Nacional;
- Assegurar, através das facilidades da internet, a sua presença a nível global.

- No seu portfólio constam a produção de Jornal de Angola, Jornal dos Desportos, Jornal Economia & Finanças, Jornal Cultura, Jornal Metropolitano de Luanda, Jornal Ventos do Sul, Jornal Planalto, Jornal Angolense, Jornal NKanda e Cinguvue Jornal o Litoral.

Figura nº1 – Títulos do jornal



Fonte: Edições Novembro, EP.

Atualmente a empresa possui 960 trabalhadores, sendo 276 mulheres e 684 homens, o que não descarta a sua luta cada vez mais no sentido de emancipar o gênero.

Figura nº2 – Títulos do jornal

Nº COLABORADORES POR GÉNERO		
GÉNERO	COLABORADORES	%
HOMENS	684	71%
MULHERES	276	29%



276



684

Fonte: Edições Novembro, EP.

São várias as ações estratégicas levadas a cabo por esta empresa nos últimos tempos, como por exemplo, o projecto do novo site do Jornal de Angola mais dinâmico e interativo, assim como os outros 10 sites para os demais títulos, contribuirão para uma maior divulgação e acesso à informação diversificada sobre os mais variados assuntos do país e do mundo, às assinaturas on-line, a implementação de pagamentos electrónicos por referências, o que se poderá consubstanciar na redução de custos com a produção do jornal físico.

Outrossim, associa-se ao portfólio de investimento a expansão do serviço Multimédia para atração do consumo de informação, com um leque de conteúdos interactivos, derivados dos 11 títulos, que podem ser facilmente acessados em qualquer parte do mundo, maximizando a

presença dos jornais nas plataformas digitais e redes sociais, por meio de implementação de campanhas que estimulem a utilização dos usuários, associado a um maior grau de envolvimento do público, de formas a aumentar audiências e investimento publicitário dos agentes económicos. Incrementa-se o portfólio de investimento, a criação de um estúdio Televisão (TV), para alimentar conteúdos multimédia nos sites dos jornais, plataformas digitais e redes sociais.

Tendo em conta a esfera pública a que pertence, as estratégias apresentadas, dão a Edições Novembro, condimentos necessários para avançar somando, o que de facto tem acontecido, se notabilizando cada vez mais no mercado, sendo bastante assertiva, diversificando as suas formas de angariar receitas, razão tal que lhe garante por largo tempo, a sua permanência como líder no sector em actua, tendo na verdade a sua estratégia como um Indicador de Desempenho Positivo e Competitivo, se comparada com outros do sector em que actua.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

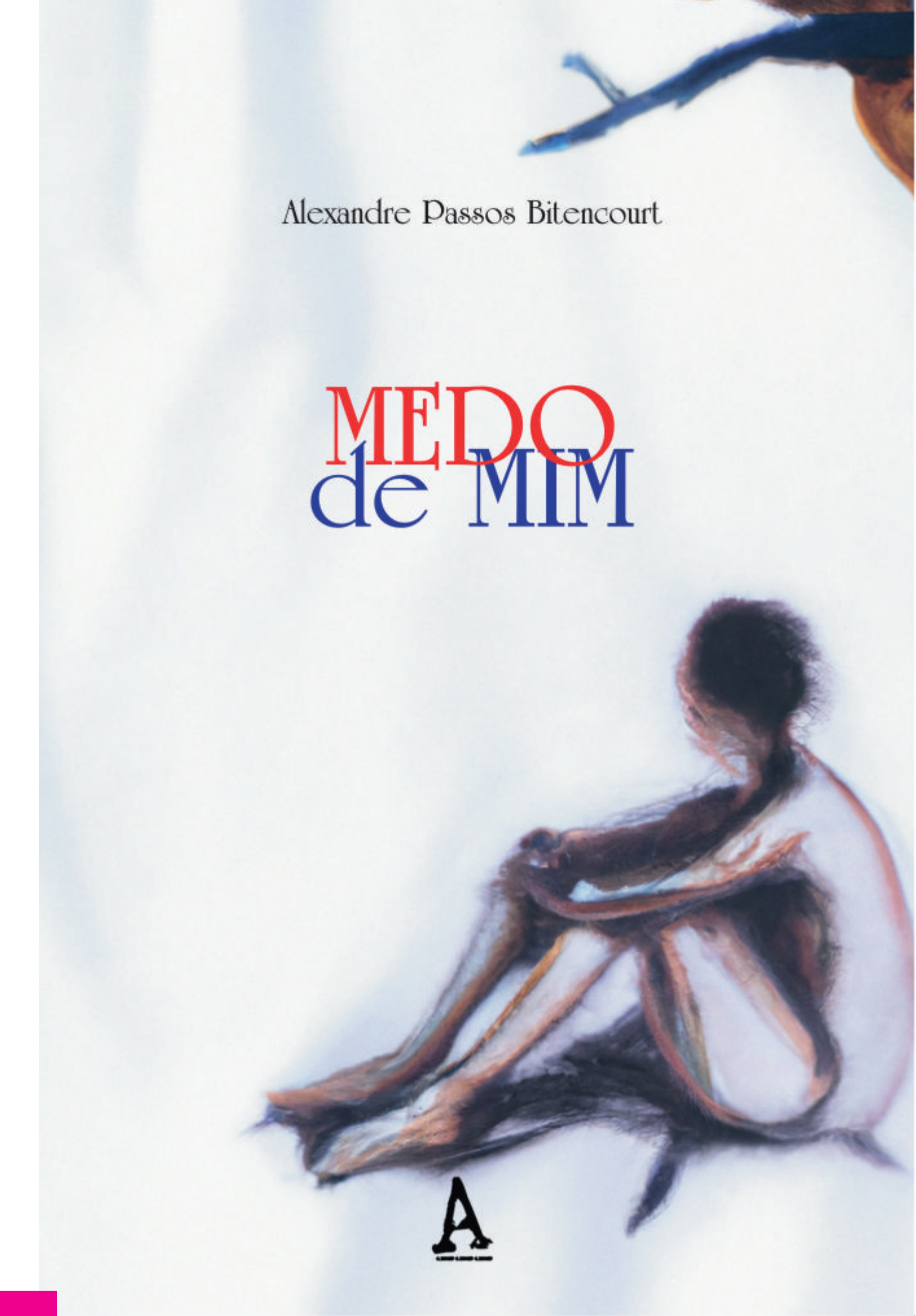
As estratégias apresentadas pela Edições Novembro, que incluem a expansão do serviço Multimédia e a criação de um estúdio de TV, são medidas robustas e inovadoras para fortalecer a presença da empresa no mercado. Ao investir na produção de conteúdos interativos e na maximização da presença digital, a empresa demonstra uma compreensão profunda das demandas do mercado contemporâneo e está posicionada para alcançar um maior engajamento do público.

Além disso, ao diversificar suas fontes de receita e investir em novas formas de atrair audiências e investimento publicitário, a mencionada empresa demonstra uma abordagem proativa e adaptável às mudanças no ambiente empresarial. Essas estratégias não apenas solidificam sua posição como líder no setor, mas também garantem sua relevância e competitividade a longo prazo.

As medidas propostas não só refletem a visão estratégica da empresa, mas também a capacitam a continuar avançando e prosperando em um mercado em constante evolução. A referida empresa está bem posicionada para manter seu status como líder e continuar a oferecer conteúdo de qualidade e relevância em diversos formatos para seu público-alvo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANSOFF, I. Implantando Administração Estratégica. São Paulo: Atlas, 1977.
- CHANDLER, J. Strategy and Structure. Massachusetts: Cambridge: The M.I.T. Press, 1962.
- COUTO, A. C. Da importância de uma teoria. In: ABREU, Francisco. Fundamentos de estratégia militar e empresarial: obter superioridade em contextos conflituais e competitivos. Lisboa: Sílabos, 2002..
- KAPLAN, R.; NORTON, D. Balanced Scorecard: A Estratégia em Ação. Rio de Janeiro: Campos, 1997.
- LAKATOS, E. M. Fundamentos da Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2015.
- MATTAR, M. J. Metodologia Científica: Fundamentos, métodos e técnicas. São Paulo: [s.n.], 2001.
- NEVES, A. Gestão na Administração Pública. Cascais: Pergaminho, 2003.



Alexandre Passos Bitencourt

MEDO de MIM



A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

CRISTINA SENA DA CONCEIÇÃO¹

RESUMO: Este estudo teve como base de pesquisa a importância do código de ética nas relações de trabalho. O código de ético, aqui referido, é um conjunto de princípios, valores e normas que orientam o comportamento ético e profissional de indivíduos de uma determinada profissão, organização ou contexto. Sendo, um conjunto de normas elaboradas por uma instituição, o código de ética é um modelo a seguir para o exercício das actividades, funções, competências e iniciativas tomadas a fim de garantir que todos aqueles que interagem com ela possam ser guiados por uma conduta que some para o bom funcionamento da mesma e de todos aqueles que a integram ou se beneficiam dela. É visto como instrumentos de disseminação da ética, da conduta, das regras do bem-estar e do bem agir, por parte de todos os intervenientes na Organização.

Palavras-chaves: Ética; Código de ética; Relações de trabalho.

INTRODUÇÃO

Para se poder falar do código de ética precisa-se de esclarecer o conceito de ética. Assim, de acordo com Chiavenato (1997) a ética constitui o conjunto de valores ou princípios morais que definem o que é certo ou errado para uma pessoa, grupo ou organização.

A ética é indispensável ao profissional, porque na acção humana o fazer e o agir estão interligados. O fazer diz respeito à competência, à eficiência que todo profissional deve possuir para exercer bem a sua profissão. O agir se refere à conduta do profissional, ao conjunto de atitudes que deve assumir no desempenho de sua profissão.

Um código de ética é um conjunto escrito de orientações emitidas por uma organização para os seus colaboradores de modo a ajudá-los a realizar as suas acções de acordo com os valores primários e padrões éticos da respectiva

organização Robbins (1988) citado por Chimpolo (2023, p.59).

De modo a justificar as razões que nos levaram a escrever sobre este assunto. Estiveram na base, o impacto que o tema possui para a sociedade e para as organizações, estudar o impacto do código de ética como normativo para relações laborais, aprofundar a compreensão sobre o assunto. Pretende-se chamar atenção das instituições para implementação do código de ética como parte integrante da cultura organizacional, não apenas como opção mais, como uma necessidade para prosperarem a longo prazo.

Por outro lado, o enriquecer e fomentar a produção e divulgação de estudos ligados à área do código de ética em Angola, desta forma, será um incentivo para que outros estudos relacionados a esta mesma temática possam ser levados a cabo, no âmbito da investigação científica. Estarão a enriquecer a literatura

¹ Licenciada em Ciências da Educação pelo ISCED-Luanda, na especialidade de Sociologia; Mestre em Gestão de Recursos Humanos pelo Instituto Superior Politécnico de Kanganjo; Professora no Instituto Técnico de Hotelaria e Turismo nº 2009 "Terra do Ngola". cristinaconceicao330@gmail.com



<https://doi.org/10.52078/issn2675-2573.rpe.59>



COORDENAÇÃO:

Prof. Dr. Manuel Francisco Neto
Profa. Ma. Maria Mbuanda Caneca Gunza Francisco
Profa. Esp. Vilma Maria da Silva

AUTORES(AS):

Adriano Kiaku Mbuta Afonso Tunga
Angélica Rodrigues Valentin
Antônio da Silva Bige
Bernarda Domingos Martins
Cristina Sena da Conceição
Edson da Conceição Graça
Elisete Vicente da Silva Oliveira
Fortuna Neto Figueiredo Vitangui
Francisco de Assis e Nelito António
Girleene Nascimento da Silva Mantovani
José Campos Kifuba
Juliana da Silva Oliveira
Juliana Guimarães de Sousa
Lígia Sandra Luquessa Nzandi
Luzinete Bispo dos Santos
Marcelo Santos de Mascarenhas
Maria Aparecida da Silva
Mariangela de Jesus Chagas
Marilena Wackler
Mbengui Nzinga Daniel
Mirella Clerici Loayza
Muxima Ribeiro Joaquim Faustino
Solange Aparecida Silva
Tânia Maria Pereira Castro
Thaís Maranhão Pereira Rodrigues
Viviane Marcia Santos de Mascarenhas

Indexadores:



Filiada à:



Produzida exclusivamente com utilização de softwares livres



Platform & workflow by
OJS / PKP

Parceiros:

