



WILDER DALA QUINJANGO
Superando desafios, inspirando mentes
com paixão e propósito



CEU INACIO MONTEIRO

Cuidando da segurança e do bem-estar da comunidade



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.60>

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. Thais 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 Chateaneuf
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)
netomanuelfrancisco@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. 60 (ago. 2025). – São Paulo : Edições Livro Alternativo, 2025. 338 p. : il. color

Bibliografia

Publicação contínua desde 2020.

Bimestral

e-ISSN 2675-2573

Disponível apenas online.

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

DOI: <https://doi.org/10.52078/issn2673-2573.rpe.60>

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

José Wilton dos Santos

06 Catalog'Art; Naveg'Ações de Estudantes

Isac Chateaneuf

08 Ciência, Tecnologia & Sociedade

Adeilson Batista Lins

10 O QUE VEM AÍ? "DIREITO E SOCIEDADE"

Mirella Clerici

11 POIESIS

14 PLANO DE PROTEÇÃO E GUARDA

CEU INÁCIO MONTEIRO

46 RELATO DE CASO

INTERVENÇÕES DO COORDENADOR PEDAGÓGICO COMO ARTICULADOR NA CONSTRUÇÃO DE UMA EDUCAÇÃO ANTIRRACISTA NA EDUCAÇÃO INFANTIL

Daniela dos Santos Magalhães

12 DESTAQUE

WILDER DALA QUINJANGO

ARTIGOS

1. EDUCAÇÃO EM TEMPO INTEGRAL - ANA MARIA DAINAUSKAS SOARES	52
2. POTENCIALIZANDO O ENSINO-APRENDIZAGEM ATRAVÉS DA CRIATIVIDADE - ANGÉLICA RODRIGUES VALENTIN	60
3. GESTÃO ESTRATÉGICA E SEU IMPACTO ORGANIZACIONAL. ESTUDO DE CASO NA EDIÇÕES NOVEMBRO, EMPRESA PÚBLICA 2023 - ANGELINA DE FÁTIMA CHITUNDO ESTÉVÃO YOPILO	70
4. ENTRE SABORES E SABERES: A EDUCAÇÃO ALIMENTAR E NUTRICIONAL NA FORMAÇÃO INFANTIL - AUREA CARVALHO DE SOUZA	77
5. A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA O ALCANCE DOS OBJETIVOS ORGANIZACIONAIS EM ANGOLA - DANIEL PEDRO JOSÉ	82
6. ESTUDO DE CASO NA DIREÇÃO MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO DE BELAS, ANGOLA - DOMINGOS ELIAS SACHICO	86
7. UMA ABORDAGEM PRELIMINAR NA EMPRESA SIABONGA COMERCIAL, LDA NO I SEMESTRES DE 2024 - DOMINGOS FERNANDO CASSUENDE LUCUNDE	93
8. O ENSINO SUPERIOR EM ANGOLA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA - DORIVALDO DA GRAÇA GUEDES TAVARES / EDMILSON DOS PRAZERES DA SILVA	97
9. ESTUDO DE CASO EMPRESA ISABELINHA COMERCIAL 2023 A 2024 - EDSON MARIA SEBASTIÃO JORGE	106
10. A VALORIZAÇÃO DA CULTURA INDÍGENA NA EDUCAÇÃO INFANTIL - ELISETE VICENTE DA SILVA OLIVEIRA	114
11. COMUNICAÇÃO INTERNA: FACTORES QUE INFLUENCIAM A COMUNICAÇÃO INTERNA NAS ORGANIZAÇÕES - ESTEVÃO QUIXINA CASSULE	133
12. ESTRATÉGIAS DE PREVENÇÃO DOS ACIDENTES DE TRABALHO: "CASO DA EMPRESA WILVIMAR COMERCIAL, LDA 2021-2022" - EUNICE MUANSA MUESHI	139
13. O MARKTING DE RELACIONAMENTO NAS ORGANIZAÇÕES COMO FACTOR DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO - FELICIANA DA CRUZ VICENTE MANUEL	146
14. IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA NAS ORGANIZAÇÕES ESCASSO EMPRESA INTERSACHI, LDA-ANGOLA - FERNANDO SANJI	154
15. AVALIAÇÃO CRITERIAL EM ANGOLA: UMA ANÁLISE DAS FASES EXPERIMENTAIS DOS EXAMES NACIONAIS - FORTUNA NETO FIGUEIREDO VITANGUI	158
16. A AFETIVIDADE NAS RELAÇÕES EDUCACIONAIS NA EDUCAÇÃO INFANTIL - GIRLENE NASCIMENTO DA SILVA MANTOVANI	169
17. ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO ORAL DO PROFESSOR PARA FOMENTAR O PENSAMENTO CRÍTICO E A PARTICIPAÇÃO ESTUDANTIL - INGRID DA SILVA CAVALCANTE DE PAULA	176
18. O ENSINO DA LÍNGUA INGLESA COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA: QUEBRANDO ROTINA DO ENSINO TEÓRICO - JOAQUIM PEREIRA BRAVO	182
19. OS DESAFIOS DO MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO ONLINE: A SEGMENTAÇÃO DE MERCADO DAS MPMES EM MALANJE EM 2025 - JOSÉ CAMPOS KIFUBA	192
20. BIOFILIA DENTRO DO CONTEXTO ESCOLAR: COMO FAZER? - JULIANA DA SILVA OLIVEIRA	204
21. EDUCAÇÃO INFANTIL INCLUSIVA: O QUE DIZEM AS ESCOLAS PÚBLICAS? - LUZINETE BISPO DOS SANTOS	213
22. IMPACTO DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO NO COMPLEXO ESCOLAR SANTO ANTÓNIO NO MUNICÍPIO DE MAQUELA DOZOMBO, PROVÍNCIA DO UÍGE - MANUEL ESTEVES MUTALO COA	222
23. ESTUDO COMPARATIVO DA GESTÃO ESTRATÉGICA DA CADEIA DE VALOR DA REFRIANGO, LDA E DA COCA-COLA BOTTLING 2018-2020 - MANUEL LIGAS ANTÓNIO	229
24. ARTE E A MUSICALIZAÇÃO NA EDUCAÇÃO INFANTIL: CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO - MARCELO SANTOS DE MASCARENHAS	234
25. A LITERATURA NA EDUCAÇÃO INFANTIL: SOBRE OLHARES DE GRANDES AUTORES - MARIA APARECIDA ARMANDILHA NUNES	241
26. APLICAÇÃO ESTRATÉGICA DO BALANCED SCORECARD NAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS ANGOLANAS.CASO: BANCO DE POUPANÇA E CRÉDITO BPC (2020 - 2022) - MARIA MVÚ ANDRÉ DONDO	247
27. TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA NO AMBIENTE ESCOLAR - MARIANGELA DE JESUS CHAGAS	251
28. ÉTICA SILENCIADA: FRAGILIDADES DA FISCALIZAÇÃO DISCIPLINAR NA OAB E PROPOSTAS DE REFORMA - MIRELLA CLERICI	258
29. ESTUDO SOBRE FUNDOS DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO EM ANGOLA - NELITO ANTÓNIO	265
30. GERAÇÃO CONECTADA, INFÂNCIA EM RISCO: PERIGOS E CUIDADOS NA INTERNET SOB A PERSPECTIVA DE JONATHAN HAIDT - PATRÍCIA MENDES CAVALCANTE DE SOUZA	272
31. A EDUCAÇÃO ESPECIAL NA EDUCAÇÃO INFANTIL:DESAFIOS E AVANÇOS NA INCLUSÃO - SILVIA HARUE YOGUI	280
32. FRACASSO ESCOLAR E DESIGUALDADES SOCIAIS: O QUE DIRIA PAULO FREIRE E DERMEVAL SAVIANI? - SOLANGE APARECIDA SILVA	287
33. DO CUIDAR AO EDUCAR: CONSTRUINDO AUTONOMIA E IDENTIDADE NA INFÂNCIA - SUELLEN VIDAL ARAÚJO DA SILVA	293
34. GRÊMIOS ESTUDANTIS: HISTÓRICO,LEGISLAÇÃO E FUNÇÃO PEDAGÓGICA NA EDUCAÇÃO BRASILEIRA - SYLAS IVAN RIZZO TUDECH	300
35. TERRITÓRIOS EDUCATIVOS E EDUCAÇÃO INTEGRAL: ARTICULAÇÕES ENTRE ESCOLA, COMUNIDADE E POLÍTICA PÚBLICA NA CIDADE DE SÃO PAULO - TÂNIA MARIA PEREIRA CASTRO	306
36. O PAPEL DAS PRÁTICAS SOCIAIS NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE E AUTONOMIA NA EDUCAÇÃO INFANTIL - THAIS MARANHÃO PEREIRA RODRIGUES	312
37. A IMPORTÂNCIA DO BILINGUISSMO NA EDUCAÇÃO - VANESSA FERNANDES LEANDRO DE ASSUNÇÃO	322
38. EDUCAÇÃO FEMINISTA: MOVIMENTO SOCIAL ARTICULADO COM A EDUCAÇÃO - VIVIANE MARCIA SANTOS DE MASCARENHAS	328

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



ESTUDO COMPARATIVO DA GESTÃO ESTRATÉGICA DA CADEIA DE VALOR DA REFRIANGO, LDA E DA COCA-COLA BOTTLING 2018-2020

MANUEL LIGAS ANTÓNIO¹

Resumo: Este estudo, se enquadra no campo da gestão estratégica, da cadeia de valor da Refriango, Lda e da Coca-Cola Bottling, quanto ao objectivo do artigo, baseia-se no estudo comparativo, uma vez que se procurou explicar por meio da comparação O estudo conclui, verificando como diferencial competitivo da gestão estratégica da cadeia de valor da Coca-cola Bottling em detrimento da Refriango, são as divisas, tecnologias, capital humano, as empresas nacionais se deparam com muitas dificuldades na seleção de capital nacional qualificado para face as concorrências.

Palavra-chave: Gestão; Estratégia; Cadeia de valor; Vantagem Competitiva

INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe-se em apresentar um estudo comparativo entre a gestão estratégica da cadeia de valor da refriango com a da Coca-cola Bottling. Procurando assim, conhecer mais sobre a gestão estratégica da cadeia de valores, dos conceitos e funções das mesmas.

Na era da transformação, as organizações têm se tornando um organismo diversificada, das pessoas, infraestrutura e equipamentos em função das actualizações apresentadas nas estratégias das novas criações.

A gestão estratégica da cadeia de valor tem sofrido grandes transformações devido as constantes evoluções tecnológicas e a necessidade de se produzir cada vez mais rápido e com mais qualidade. Com isso, as organizações precisam aprimorar constantemente a qualidade dos seus processos internos e consequentemente sua eficiência produtiva. Esse

cenário traz a necessidade de melhoria contínua do sistema de gestão estratégica da cadeia valor, que buscam satisfazer as expectativas dos clientes.

Infelizmente, muitas empresas angolanas não conseguem fazer frente a muitas empresas, multinacionais o problema tem sido na gestão da cadeia de valores das mesmas que influência na produtividade e competitividade organizacional por vários factores, sendo eles: a diferenciação por oferecer produtos mais confiáveis, sem defeitos e que chegam ao cliente de uma forma mais rápida; o acompanhamento e aprimoramento da eficácia produtiva, através do uso dos indicadores de desempenho em qualidade, confiabilidade e flexibilidade e cumprimento dos prazos; foco no que realmente deve se prioridade organizacional: a satisfação dos clientes; além do alinhamento entre as estratégias organizacionais com as estratégias de gestão da produção.

¹ Licenciado em Economia pelo Instituto Superior Politécnico de Kanganjo.
e-mail: manuelantonio92315@gmail.com

Por esta razão, o estudo tem como fio condutor de investigação: porquê as empresas nacionais não conseguem ter sucesso em detrimento das multinacionais?

REVISÃO DA LITERATURA

GESTÃO

Segundo Pires (2007), a palavra gestão é uma palavra polissémica. Em conformidade, é necessário adaptá-la ao ambiente onde está a ser utilizada de maneira a assumir em termos relativos o seu verdadeiro significado.

ESTRATÉGIAS

Segundo Chiavenato (2010, p.574), "... a noção de estratégia surgiu na actividade militar. Onde o antigo conceito militar entende da estratégia como sendo a aplicação articulada e coesa de forças em larga escala contra algum inimigo...". Quer dizer que é uma ideia que tem a ver com a medida para travar uma determinada situação.

Para Mintzberg, (2000, p.16) a palavra estratégia existe há muito tempo. Hoje os gerentes a usam livre e afetosamente. Ela também é considerada o ponto alto da actividades dos executivos. Por seu lado, os académicos vêm estudando a estratégia extensamente há duas décadas, ao passo que as escolas de Administração geralmente têm, como clímax final necessário, um curso de administração estratégica.

5 PONTOS DA ESTRATÉGIA

Porter (1980, 1986, 1989,1999), indica cinco pontos que uma determinada empresa deve ter que são:

Plano: a estratégia consiste numa linha de conduta ou um guia de acção intencional, que conduz os diferentes níveis e áreas da empresa. Entendidas como planos, estratégias são formuladas antes das acções, as quais elas se aplicam, sendo desenvolvidas conscientemente e intencionalmente;

Padrão: estratégia pode surgir de uma constância no comportamento e indicar um padrão de continuidade (Rotina). Segundo essa definição, a estratégia pode surgir das próprias acções quotidianas, de forma intencional.

Piège (Armadilha): a estratégia age como uma manobra particular para eliminar ou enfraquecer o concorrente. Sendo utilizada como um instrumento para lidar com a competição que a empresa enfrenta na sua indústria;

Posição: a estratégia é uma forma de localizar a empresa no seu meio ambiente, melhorando sua posição competitiva. Nesta concepção a estratégia permite definir o local (dentro do ambiente mais amplo) onde a empresa vai concentrar os seus recursos, visando manter ou melhorar a sua posição;

A Perspectiva: a estratégia reflecte os conceitos, os valores e perspectivas partilhados pelos membros da organização. Nessa definição, a estratégia é também influenciada pela forma como a empresa e seus membros percebem o ambiente. A personalidade e a cultura da empresa serão então determinantes para a definição da estratégia.

Essa perspectiva foi defendida por Porter, acima mencionado, cuja análise é feita de fora para dentro (outside-in), voltada ao ambiente externo, retratando os efeitos da estrutura-conduta-desempenho (Teixeira, 2014).

CADEIA DE VALOR

A compreensão do funcionamento do processo que desde a extração da matéria-prima até o consumo final dos produtos proporciona às empresas grande vantagem, pois estratégias podem ser estabelecidas através da utilização, de forma otimizada, dos elos existentes entre as actividades que compõem uma cadeia de valor.

Segundo Porter (1989, p.31), "a cadeia de valores desagrega uma empresa nas suas actividades de relevância estratégica para que se possa compreender o comportamento dos

custos e as fontes existentes e potenciais de diferenciação.” Com isto o autor quer afirmar que é detetado a parte da empresa onde se encontra o défice com vista a melhorar o empecilho.

Numa outra visão e de acordo com quando Porter (2004) afirma que toda a empresa é uma reunião de atividades que são executadas para projectar, produzir, entregar, comercializar e sustentar seu produto. Todas essas ações podem ser representadas, fazendo-se uso de uma cadeia de valores.

Shank & Govindarajan (1993, p.13), ampliam e melhoram o conceito de Porter assim: “a cadeia de valor para qualquer empresa, em qualquer negócio, é o conjunto interligado de todas as atividades que criam valor, desde uma fonte básica de matérias-primas, passando por fornecedores de componentes, até a entrega do produto final às mãos do consumidor.”

Essa definição é muito melhor que a de Porter: primeiro, porque é uma definição, que vai além do ambiente interno das organizações, do qual focaliza a base donde sai o produto para ser fabricado e levar-lhe até ao cliente.

VANTAGEM COMPETITIVA

O uso do termo vantagem competitiva consagrou-se entre consultores e académicos, muito importante, na visão de Porter (1986, 1989), uma firma adquire uma vantagem competitiva em dado mercado se esta obtém um desempenho melhor do que seus competidores.

Sendo, assim Porter (1947; p. 48) define que vantagem competitiva “é a obtenção de êxito em relação aos competidores na mesma indústria”.

O autor quer expressar que o fundamental diante da vantagem competitiva é ter em conta os sucessos.

Diferente dele Magretta (2012; p. 43) defende que vantagem competitiva “significa que, em comparação com a concorrência, um competidor opera com um custo menor, pode cobrar um sobrepreço ou ambos. A vantagem

competitiva trata de desempenho superior”.

O autor quer dizer que a vantagem competitiva abarca a competitividade, onde a entrega ao trabalho é bastante dedicada.

METODOLOGIA

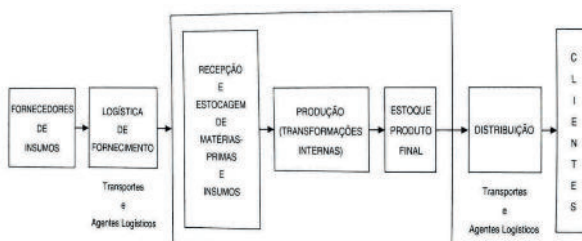
O presente trabalho nos aspectos metodológicos, quanto à natureza recorre da pesquisa básica conforme Gil (2002), pelo facto de aprofundar os fundamentos científicos sobre a gestão estratégica cadeia de valor da Refriango, Lda e da Coca-Cola Bottling, quanto ao objectivo do artigo, baseia-se no estudo comparativo, uma vez que se procura explicar por meio da comparação a gestão estratégica da cadeia de valores da Refriango, Lda e da Coca-Cola Bottling.

INSTRUMENTOS E TÉCNICAS DE RECOLHA DE DADOS

CADEIA DE VALOR DA REFRIANGO

A cadeia de valor da Refriango é a seguinte, de acordo com a figura abaixo, desciminida:

FIGURA1 : ESTRUTURA DA CADEIA DE ATIVIDADES PRODUTIVAS



Fonte: (Rodrigues & Mendes, 2004).

Analisando a cadeia de valor da Refriango na figura acima, deduz-se o seguinte:

1. Fornecedores de insumos: É a fonte de aquisição da matéria-prima;
2. Logística de fornecimento: É o agente responsável pelo transporte da matéria-prima para a Refriango.
3. Recepção e estocagem de matérias-primas e insumos: Após a recepção da matéria-prima, a mesma é armazenada nas instalações da refriango.
4. Produção: Nesta actividade, a matéria-prima é transformada por meio das tecnologias existentes em produto final;

5. Estoque do produto final: após a matéria-prima ser transformada em produto, o mesmo é estocado no armazém da Refriango para posteriormente ser distribuído.

6. Distribuição: Uma vez que os pedidos são realizados e processados, as rotas de entrega encarregam-se de distribuir as bebidas aos agentes grossistas.

7. Clientes: os consumidores adquirem o produto da Refriango

CADEIA DE VALOR DA COCA-COLA BOTTLING

Diferente da Refriango, a Coca-Cola Bottling trabalha no mundo todo com as suas engarrafadoras franqueadas, da seguinte forma:

FIGURA 2 CADEIA DE VALOR DA EMPRESA COCA-COLA BOTTLING



Fonte: Elaboração própria

- Produto acabado: São produzidos, empacotados e etiquetados todos os produtos da marca;
- Distribuição Primária: Todos os produtos produzidos pela Coca-Cola Bottling são transportados ao centro de distribuição;
- Centros de Distribuição: São organizados os processos de pré-venda e distribuição aos milhões de pontos de venda;
- Distribuição Secundária: Uma vez que os pedidos são realizados e processados, as rotas de entrega encarregam-se de fazer a logística e distribuir as bebidas aos estabelecimentos que compraram os produtos;
- Consumo: os consumidores adquirem o produto da Coca-Cola Bottling;
- Reciclagem: A empresa gera processos para coletar, reciclar e recuperar os resíduos dos produtos usados.

Por meio da cadeia de valor acima descrita das empresas Refriango e Coca-Cola Bottling

durante o período de 2018-2020, pode-se tirar as seguintes ilações:

A cadeia de valor da Coca-Cola Bottling, tem menos atividades em comparação com a da Refriango, a Coca-Cola Bottling possui de forma resumida três atividades que são produtos acabados: onde são produzidos, empacotados e etiquetados todos os produtos da marca Coca-Cola, onde são distribuídos em distribuição primária, centros de distribuição e distribuição secundária onde os pedidos são realizados e processados, por meio das rotas até chegar ao consumidor para milhões de pessoas adquiriram alguma bebida do portfólio.

Finalmente a cadeia de valor da Coca-Cola Bottling termina com o processo de reciclagem, a empresa gera processos para coletar, reciclar e recuperar os resíduos dos produtos usados.

Em contrapartida, analisando a cadeia de valor da Refriango em comparação com a Coca-Cola Bottling, deduz-se que a cadeia de valor da Refriango tem mais atividades de integração vertical para frente, uma vez que as atividades de fornecedores de insumos, logística de fornecimento, recepção e estocagem de matérias-primas e insumos, produção, estoque do produto final, distribuição são atividades internas que visam levar o produto até o consumidor.

O que se verifica como diferencial competitivo da gestão estratégica da cadeia de valor da Coca-Cola Bottling em detrimento da Refriango, são as seguintes:

1. Divisas: Neste intervalo de tempo, supracitada notaram-se as dificuldades que as empresas tiveram na aquisição e acesso às moedas internacionais, para a compra de matérias-primas e honrar com os seus compromissos para com os fornecedores.
2. Tecnologias: as empresas nacionais tiveram dificuldades em atualizar as suas tecnologias tendo em conta a competitividade e exigências do mercado.
3. Capital Humano: As empresas nacionais se depararam com muitas dificuldades na seleção de capital nacional qualificado para face às concorrências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início do presente artigo a proposta era de apresentar um estudo comparativo entre a gestão estratégica da cadeia de valor da Refriango com a da Coca-Cola Bottling. Procurando assim, conhecer mais sobre a gestão estratégica da cadeia de valores, dos conceitos e funções das mesmas.

A cadeia de valor da Coca-Cola Bottling, tem menos actividades em comparação com a da Refriango, a coca-cola bottling possui de forma resumida três actividades que são produto acabado: onde são produzidos, empacotados e etiquetados todos os produtos da marca, onde são distribuídos em distribuição primária, centros de distribuição e distribuição secundária onde os pedidos são realizados e processados, por meio das rotas até chegar ao consumo para milhões de pessoas adquiriram alguma bebida do portfólio.

O que se verifica como diferencial competitivo da gestão estratégica da cadeia de valor da Coca-Cola Bottling em detrimento da Refriango, são as seguintes, divisas, neste intervalo de tempo, supracitado notaram-se as dificuldades que as empresas tiveram na aquisição e acesso as moedas internacionais.

Para a compra de matérias-primas e honrar com os seus compromissos para com os fornecedores, tecnologias, as empresas nacionais tiveram dificuldades em atualizar as suas tecnologias tendo em conta à competitividade e exigências do mercado, capital humano, as empresas nacionais se deparam com muitas dificuldades na seleção de capital nacional qualificado para face as concorrência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GIL, A. (2002) Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

MAGRETTA, J. (2012) Entendendo Michael Porter: o guia essencial da competição e estratégia; [tradução Carlos Szlak]. – São Paulo.

Disponível em: <https://www.travessa.com.br/entendendo-michael-porter-o-guia-essencial-da-competicao-e-estrategia/artigo/a5c4c0fb-5342-4d74-9393, 2012>.

MINTZBERG, H et. al. Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico I; trad. [Nivaldo Monttngelli Jr.] - Porto Alegre : Bookman, 2000.

PIRES, G. G. Gestão das empresas. Disponível em: https://www.google.com/search?q=Pires+2007+e+a+gestao+das+empresas&og=Pires+2007+e+a+gestao+das+empresas&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQIRigATIHCALQIRig, 2007.

PORTER, M. E. A vantagem competitiva das Nações. Campus, Rio de Janeiro: Campus, 1947.

_____. Estratégias competitivas: técnicas para análise de indústria e da concorrência. São Paulo: Brooklin, 2004.

_____. Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho Superior. trad. [Elizabeth Maria de Pinho Braga] – 37ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

SHANK, J.K. & GOVINDARAJAN, V. Strategic cost management: the new tool for competitive advantage. New York: The Free Press, 1993.

RODRIGUES, J A & MENDES, G. M. Governança Corporativa: Estratégia para Geração de Valor. Rio de Janeiro: Qualimark, 2004.

TEIXEIRA. M. A. Excução no processo de trabalho, 11 ed, São Paulo: LTr, 2013.



<https://doi.org/10.52078/issn2675-2573.rpe.60>



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

AUTORES(AS):

- Ana Maria Dainauskas Soares
Angélica Rodrigues Valentin
Angelina de Fátima Chitundo Estêvão Yopilo
Áurea Carvalho de Souza
Daniel Pedro José
Daniela dos Santos Magalhães
Domingos Elias Sachico
Domingos Fernando Cassuende Lucunde
Dorivaldo da Graça Guedes Tavares
e Edmilson dos Prazeres da Silva
Edson Maria Sebastião Jorge
Elisete Vicente da Silva Oliveira
Estevão Quixina Cassule
Eunice Muansa Mueshi
Feliciano da Cruz Vicente Manuel
Fernando Sanji
Fortuna Neto Figueiredo Vitangui
Girleene Nascimento da Silva Mantovani
Ingrid da Silva Cavalcante de Paula
Joaquim Pereira Bravo
José Campos Kifuba
Juliana da Silva Oliveira
Luzinete Bispo dos Santos
Manuel Esteves Mutalo Coa
Manuel Ligas António
Maria Aparecida Armandilha Nunes
Marcelo Santos de Mascarenhas
Maria Mvú André Dondo
Mariangela de Jesus Chagas
Mirella Clerici
Nelito António
Patrícia Mendes Cavalcante de Souza
Sílvia Harue Yogui
Solange Aparecida Silva
Suellen Vidal Araújo da Silva
Sylas Ivan Rizzo Tudech
Tânia Maria Pereira Castro
Tháís Maranhão Pereira Rodrigues
Vanessa Fernandes Leandro de Assunção
Viviane Marcia Santos de Mascarenhas

Indexadores:



Parceiros:



Filiada à:



Produzida exclusivamente com utilização de softwares livres

