

Telinforma

DESTRIBUIÇÃO GRATUITA



ACTUALIDADE

Angola Telecom
no Angotíc 2018

ACTUALIDADE

Angola Telecom
assina parceria
com a Prominvest SA

ENTREVISTA

Orçamento de 2018

Angola Telecom e Unitel assinam acordo

Famílias



Empresas



Negócios



Particulares



Ser líder em ligar Angola ao mundo e ao futuro

Venda Empresarial

- o Circuitos Alugados (Nacional e Internacional)
- o SIP Trunk/ MDE
- o IPI Circuito de Acesso Internet Internacional
- o IPE Circuito de Acesso Internet Internacional
- o Metro Ethernet
- o VPN
- o VLL
- o DATA CENTER

Venda Residencial

- o Voz (Cobre e Sem Fios)
- o Internet Dial Up (Fale Mais)
- o Internet Banda Larga (Fale e Navegue, Navegue Só)
- o Cabines Públicas
- o Cartões Telefónicos (AT Card e ECO)

Venda à Grosso

- o Cabo Submarino Internacional SAT 3 / WACS
- o Fibra Óptica Nacional
- o Feixes Hertzianos
- o Aluguer de Espaços / Conduta, Torre e Energia
- o Serviços de Interligação (Nacional e Internacional)
- o IPI Circuito de Acesso Internet Internacional
- o IPE Circuito de Acesso Internet Internacional
- o Circuitos Alugados (Nacional e Internacional)
- o Data Center

www.angolatelecom.ao

Rua das Quipacas
Edifício Sede da
Angola Telecom nº 186
Luanda - Angola
Telefone: +244 222 700 000
+244 800 220 220
19166 / 19122
info@angolatelecom.ao



ANGOLA TELECOM
Um toque amigo

BEM VINDO/ CONTEÚDOS **ABR/MAI/JUN 2018**

Actualidade

- 04** Angola Telecom e Unitel assinam acordo
- 05** Angola Telecom assina acordo de parceria com a Prominvest SA
- 06** Angola Telecom no Angotic 2018
- 08** Novos directores apresentados
- 09** Direcção Executiva Comercial visita lojas em Luanda
- 11** Angola Telecom com uma rede 4G LTE
- 12** Entrevista: Orçamento de 2018
- 15** Angola Telecom fornece Internet ao Angola Online
- 16** Angola Telecom expõe no INSUTEC e em Cacucaco
- 17** Venda e sessão de autógrafa de Elsa Barber
- 19** Cadetes visitam Angola Telecom
- 21** "Marketing-Feeling, Marketing Amador ou Marketing Profissional?"
- 23** Rosto profissional

Telinforma

CONTACTOS

Publicado por Angola Telecom, EP, Rua das Quipacas n.º 186 - 6.º Andar, Luanda

equipa

DIRECTOR: **Manuel César**
mcesar@angolatelecom.com

EDIÇÃO: **Manuel César**

REDACÇÃO:

Eunice Sebastião
João Pedro
Nairole Silva

FOTOGRAFIA E REPORTAGEM:
Eunice Sebastião, João Pedro
e Nairole Silva

DESIGNER SENIOR:
João Manuel Pedro

Revista trimestral da Angola
Telecom, n.º 108, Ano 18

Impressão

e acabamentos
EAL - Edições de Angola, Lda

DCI

Direcção de Comunicação Institucional.

www.angolatelecom.com

Telinforma



Angola Telecom
e Unitel assinam acordo



Angola Telecom e Unitel assinam acordo



A Angola Telecom representada pelo Coordenador da Comissão de Gestão Interina, Eduardo Sebastião, assinou, em Junho de 2018, um acordo com a Unitel, SA, representada pelo seu director geral, Tony Dolton, onde consta um plano de pagamento que visa a redução da dívida da empresa com acréscimo de novos serviços à operadora móvel.

Para além do plano de pagamento, foi também acordado a partilha de

infraestruturas entre as duas empresas e a conexão STMI6 com a estação de amarração do cabo submarino SAT-3, em Cacuaco. Por conseguinte, as equipas das duas empresas, trabalharão juntas para que não haja a necessidade de mover a conexão existente.

No que toca ao negócio da Interconexão, a Angola Telecom e a Unitel vão celebrar um acordo, tão logo inicie o processo de redução da dívida. ■

Angola Telecom assina acordo de parceria com a Prominvest SA



A Angola Telecom e a Prominvest SA, assinaram, uma parceria para a distribuição de sinal de Internet, na Baía de Luanda, denominado Baía Digital. Assinada em Junho de 2018, a Internet será implementada, inicialmente, na Baía de Luanda e áreas de influência.

Segundo o representante da Prominvest, Manuel Nunes, "este contrato é muito importante para o nosso desenvolvimento em particular e para o desenvolvimento de Angola no geral. Queremos estar presentes em todas as áreas do saber, nomeadamente na área digital. Vamos implementar a Internet na Baía de Luanda e em espaços associados. A seguir, outros lugares serão também beneficiados de forma gradual", disse.

Quanto ao preço a ser cobrado aos utentes e a data

da implementação do projecto na área acima citada, o responsável preferiu não avançar, mas garantiu que o mesmo será realizado brevemente.

A par da Baía Digital, a parceria vai contemplar também a criação da Rádio Digital, denominada Rádio Baía Luanda (RBL). Nesta vertente, a Angola Telecom estará encarregue para a esfera tecnológica, como a montagem e a manutenção de equipamentos, enquanto que, na esfera comercial e da programação da Rádio Baía de Luanda, estará a cargo da Prominvest.

Outra área inserida na parceria, tem a ver com o projecto Universidade Digital, onde a Prominvest será a responsável pela criação de um laboratório (parte física) e a Angola Telecom vai gerir os meios necessários em termos de Hardware e Software. ■



Angola Telecom no Angotic 2018

A Angola Telecom expôs os seus produtos e serviços no fórum Internacional de Telecomunicações e Tecnologias de Informação "Angotic 2018", que decorreu de 19 a 21 de Junho, no Centro de Convenções de Talatona, em Luanda.

No fórum, a empresa de telecomunicações de Angola apresentou, um novo serviço, denominado Fale e Navegue Mais. Em entrevista à Comunicação Social, o Coordenador da Comissão de Gestão Interina, Eduardo Sebastião referenciou que o serviço vai disponibilizar aos utentes até 10 gigabytes de Internet sem fio a baixo preço.

Eduardo Sebastião explicou que a entrada em funcionamento do Fale e Navegue Mais e do datacenter já disponível, trará vários benefícios para a população usuária.

Ainda no certame, o stand da Angola Telecom foi visitado por alguns directores centrais da empresa, empresários, individualidades e alguns estudantes, que tomaram conhecimento dos produtos e serviços prestados pela empresa nas diferentes áreas de negócio, designadamente residencial,





empresarial e a grosso.

Flávio Clemente, estudante do curso de Engenharia Informática, no Instituto Superior Internacional de Angola (ISIA) é um dos que visitou o stand e gostou de saber

sobre os produtos e serviços já existentes, assim como dos novos serviços que surgirão na empresa brevemente.

“A Angola Telecom coloca no mercado um novo serviço, o datacenter que

é uma base de dados para backups será uma mais valia para todo angolano, uma vez que para usar esta tecnologia recorriamos a empresas estrangeiras”, disse o estudante.

A par da exposição

de produtos e serviços, o Angotic 2018, congregou individualidades, representantes de empresas públicas e privadas do sector das telecomunicações e das tecnologias de informação e estudantes. ■



Foram apresentados, em Junho do corrente ano, os novos directores para algumas direcções da Angola Telecom, nomeadamente, António Baião para Venda Residencial (DVR), Everaldo Andrade para a Direcção de Venda a Grosso (DVG), Júlia Almeida para a direcção de Venda Empresarial (DVE).

Foram também apresentados, Adolfo de Sousa, para o cargo de director provincial de Benguela, António

Hossi para o cargo de director provincial do Kwanza Sul, Ledna de Oliveira, directora provincial do Bengo e Loidiana Costa para o cargo de directora provincial de Malanje.

Os mesmos foram apresentados aos quadros das respectivas áreas pelos membros da Comissão de Gestão Interina, Adilson Santos, na província do Kwanza Sul e Pedro Miguel, em Malanje.

O director António



Novos directores apresentados



Baião, sente-se motivado e sobre os planos em carteira salientou que “as lojas têm que estar alinhadas para os novos desafios da DEC, sabemos também que, para o funcionamento das mesmas é necessário o suporte directo e incondicional das operações, para que os planos gizados pela área comercial possam ser concretizados.”

“Os nossos planos só assim estarão nesta simbiose para podermos desenvolver as nossas actividades associadas directamente ao desempenho das operações de formas a satisfazer as necessidades dos clientes”.

António Baião, acrescentou também que “devemos saber qual a capacidade instalada em cada loja, atribuir cobranças por objectivos

as mesmas para exigirmos determinado valor por mês, permitindo criar também uma maior dinâmica e desempenho para com os chefes de lojas”.

Everaldo Andrade, director de Venda a Grosso, agradeceu a Comissão de Gestão, pela confiança que lhe foi depositada, e referiu estar motivado para abraçar este grande desafio que é de liderar a Direcção de Venda a Grosso.

Salientou igualmente que, “farei de tudo para dar continuidade ao trabalho do meu antecessor, fazendo uma gestão com planos assentes na estratégia definida pela Comissão de Gestão Interina (CGI), com o intuito de tornar a DVG numa Direcção rentável”. ■

Direcção Executiva Comercial visita lojas em Luanda



A Direcção Executiva Comercial, encabeçada pelo seu director, Bartolomeu Pereira, efectuou uma visita de campo, em Maio deste ano, com o objectivo de auscultar os agentes de vendas, em quatro lojas da zona sul, em Luanda, nomeadamente as lojas do Nosso Centro, SIAC, Nova Vida e Golf2.

"O diálogo com os agentes de vendas, permitirá

uma maior abertura com as pessoas de formas a que consigamos formatar um modelo de trabalho que seja comprometedor para todos", explicou o director.

Segundo o director, a visita serviu também para promover um plano de actuação com vista a corrigir os problemas, assim como a melhoria da performance das lojas.

Problemas que tem a

ver com as aplicações, no TIMM, SIGO (single view) e a demora na ativação dos serviços CDMA, são os que mais se verificam nas lojas, nos últimos meses, o que influencia negativamente nas cobranças.

Devido os problemas acima referenciados, o Director Executivo Comercial, solicitou aos chefes de cada loja, a elaboração de um plano, que definirá um

conjunto de acções a serem realizadas para a melhoria do quadro de funcionamento e evolução no que toca as vendas e as cobranças.

Neste plano, segundo explicou Bartolomeu Pereira, deverão constar algumas prioridades como a activação das cabines públicas, elaboração de metas de cobranças a serem feitas trimestralmente, lista de clientes por cada loja, visitas



“A empresa pensa entregar aos clientes, o serviço para os segmentos empresariais e comerciais a base de largura de banda e volume de tráfego”

de fidelização e a melhoria de ferramentas de trabalho. Devem também constar no plano, um levantamento de potenciais clientes ou zonas de actuação para a implementação dos nossos serviços, principalmente por via de fibra óptica.

Para além deste plano, os chefes de lojas deverão apresentar, também,

semanalmente, um relatório das actividades realizadas, a serem apresentadas nas reuniões de balanço semanal.

O director fez saber ainda que, de agora em diante, os agentes de vendas, em colaboração com a Direcção de Venda Empresarial (DVE), passarão a realizar cobranças, actuando nas suas zonas de

envolvência.

“Os agentes de vendas devem conhecer os seus clientes para ajudarem a DVE com soluções empresariais, devido ao défice que se assiste actualmente, nos serviços de vendas residenciais”, referiu.

Para cada loja visitada, a carteira de clientes dentre os que visitam, os que

compram e os que solicitam diariamente os serviços e produtos da Angola Telecom, varia entre os 20 e 25.

Acompanharam a visita de campo o Director de Venda Residencial (DVR), Célio Silva, chefe de secção da DVR, Júlia Almeida, gestor de produto, Gilberto Lopes e o chefe de secção, Costa Mancocas. ■



Angola Telecom com uma rede 4G LTE

A Angola Telecom conta com uma nova rede com a tecnologia 4G LTE, brevemente, nas províncias de nível I. A informação foi avançada pela Gestora do Projecto, Tânia Quental, no workshop sobre o plano de cobertura técnica e comercial do 4G LTE denominado Fale e Navegue Mais.

De acordo com Tânia Quental, do ponto de vista técnico, estão criadas as condições para que a província de Luanda possa entregar o serviço aos clientes.

Quanto aos contratos de manutenção, a Gestora do projecto fez saber que estão acautelados para um período de 2 anos e findo o mesmo, a empresa deverá renovar com o fornecedor.

Na ocasião, o Gestor de Produtos, Gilberto Lopes que apresentou o serviço na vertente comercial, fez saber que, o projecto teve um investimento de 4 mil milhões de Kwanzas e prevê alcançar acima de 30 mil clientes.

O gestor explicou que o serviço será comercializado através de modems outdoor, indoor, terminais telefónicos e cartões SIM atingindo até 2019, um total

acima de 36.287 clientes.

“Dentro do plano comercial, a empresa pensa entregar aos clientes, o serviço para os segmentos empresariais e residenciais a base de largura de banda e volume de tráfego, nas modalidades pré-pago e pós-pago”, referiu.

Para Gilberto Lopes, a empresa apresenta uma proposta de entrega de dados mais competitiva em relação aos seus concorrentes directos, nomeadamente, Net One e Multitel, sendo as chamadas telefónicas grátis dentro da rede Angola Telecom. “O foco comercial é o aumento da base de dados de clientes em 15%. Criar um grupo de trabalho dedicado a pré-venda, venda e pós venda para se evitar a perda de clientes. ■■■■



O orçamento em execução no ano de 2018, baseia-se na continuidade das actividades existentes num determinado ano, segundo avançou em entrevista à Telinforma, o director de Planeamento Estratégico e Projectos Corporativos (PEPC), Germano Jacinto. Para o director, nesse orçamento, não se coloca em causa a natureza das actividades a desenvolver durante o exercício económico, o que o diferencia de um orçamento de base zero (O). Divulgamos abaixo as explicações do director em torno do orçamento.

Orçamento de 2018

ENTREVISTA

Que pressupostos estiveram na base para a elaboração do orçamento de 2018?

Germano Jacinto – Foram vários, mas destacamos os seguintes:

O primeiro pressuposto é do aumento da Facturação e receitas;

O segundo é o da redução de custos,

O terceiro é não considerar aumento de Investimentos e

O quarto, considerar para todo o processo de Orçamentação a taxa de inflação fixada para o do Orçamento Geral do Estado (OGE) 2018, que anda a volta dos 25%.

Relativamente ao Investimento, nesse orçamento, espera-se concluir aqueles projectos em curso no âmbito do programa MSN2 e nos casos em que se justifique, proceder a

sua adequação ao actual contexto da empresa. Há, contudo, a aquisição de alguns equipamentos, mais propriamente equipamentos de tecnologias de informação, como exemplo, computadores que são necessários para o funcionamento da empresa, por conseguinte, a excepção desses equipamentos, no geral, não haverá lugar a despesas de investimento em quaisquer tipos de equipamentos.

Nesse caso, trata-se de um orçamento de continuidade?

Sim, trata-se de um orçamento de continuidade, ou seja, tomou-se em consideração as actividades desenvolvidas no ano passado (2017) e, projectaram-se exactamente as mesmas actividades para ano de 2018, tendo apenas havido alterações nas dotações orça-

mentais (valores), ou melhor, nesse orçamento de 2018 não se questionou se todas as actividades desenvolvidas em 2017 continuarão a ser tão importantes e necessárias em 2018 de tal forma que a sua ausência venha a impactar a operação normal da empresa. Importa, pois, dizer que em bom rigor, no orçamento 2018 não se registou alterações significativas na estrutura e objectivos da empresa que, em nosso entendimento, questionaria a imprescindibilidade das actividades a desenvolver durante o exercício económico, o que o diferencia de um orçamento que alguns especialistas designam de base zero (O)".

E quando é que estamos perante um orçamento de base zero (O)?

O Orçamento de base

Germano Jacinto

Zero é um conceito defendido por alguns especialistas quando se trata de designar um Orçamento em que se assiste "roptura" com algumas actividades que foram ou eram desenvolvidas regularmente em anos anteriores. O conceito consiste na reavaliação da estrutura das actividades desenvolvidas na empresa, questionando cada actividade geradora de receita, despesa, investimento e outros factores, verificando rigorosamente a sua imprescindibilidade (importância) para o normal desempenho da empresa, ou seja, partindo de uma base, o orçamento anterior, e atendendo um contexto novo da empresa que requer mudança profunda na sua estrutura funcional, faz-se um "redesenho" das actividades a serem desencadeadas ao que se segue a sua quantificação. Aqui a questão não se coloca em saber quanto custa a actividade, se vai consumir muitos ou poucos recursos, mas é saber se efectivamente essa actividade é tão necessária para a operacionalidade normal da empresa, um estado em que se vê se determinadas actividades fazem sentido continuarem, ver o que é fundamental para a operação normal da empresa.

A empresa está numa fase de redução de custos e aumento de receitas. Sobre isso, o que é que contempla o actual orçamento?

A concepção do Orçamento 2018, teve já como base o esforço que deve ser efectuado com vista a aumentar as receitas e reduzir os custos. Se reparar nas notas explicativas, observara que há um esforço de se aumentar a cobrança em 85% da facturação corrente e não menos de 50% da facturação da dívida já vencida a bastante tempo. Constata-se também que houve uma redução de 10% nos custos globais da

empresa se comparado com o orçamento de 2017. Foram igualmente adoptados alguns procedimentos que contribuem significativamente para a redução de custos e só para referir-me a dois: a) o procedimento de concentrar a actividade de aquisição de bens e serviços de toda empresa na função compra, o que seguramente vai propiciar maiores poupanças. b) outro procedimento é termos apartir desse orçamento agregado à uma das unidades da DEC (Direcção Executiva Comercial) a facturação de alguns serviços que empresa presta, mas que não integram o seu core business.

É claro que sendo um processo os resultados podem, eventualmente, demorar, mas se todos estarmos determinados em implementar bem esse e outros procedimentos, em pouco tempo veremos os resultados dessas mudanças.

Quais os mecanismos de controlo adoptados para o cumprimento rigoroso na execução deste orçamento?

Os mecanismos não fogem daquilo que é comum. Mas se me permite, o primeiro e talvez o melhor mecanismo de controlo é a própria consciência do homem (trabalhador).

Existem algumas regras estabelecidas e todos trabalhadores são convidados a desenvolverem suas actividades em obediência as regras da empresa. Foram definidas algumas regras básicas e vou citar apenas algumas: não executar, ou no mínimo reduzir a execução, de actividades não orçamentadas; não permitir a migração de rubrica (Ex. o valor orçamentado para deslocações e estadias, não pode ser utilizado para suportar actividades que se inserem no âmbito de despesas de representação); os pagamentos só podem ser executados se devidamente



autorizados e com adequada documentação de suporte; os Orçamentistas das áreas, primariamente, devem preencher devidamente o modelo T2 e avaliarem eventuais desvio. Se reparar, o modelo T2 traz um campo para a gestão do orçamento, em que se permite saber se determinada actividade (rubrica) ainda tem ou não disponível o valor orçamentado, por conseguinte, se já não tiver ou mesmo nunca foi orçamentado, a actividade em questão não deve ser executada. Neste caso só se pode executar se for autorizado um reforço orçamental, o que quer dizer que o primeiro controlo deve ser efectuado nas direcções (os orçamentistas).

A nível da Direcção Executiva de Finanças, há um órgão responsável pelo controlo do desempenho da empresa e que controla a execução do orçamento. Portanto, este órgão terá a missão de periodicamente avaliar o grau de execução do orçamento da empresa, numa primeira fase manualmente até que o orçamento seja inserido no ERP- Orçamento na ferramenta electrónica SIGO (Sistema Integrado de Gestão e Operação) altura em que esse controlo será mais automatizado e me-

nos manual. Esse aplicativo está parametrizado para não permitir a execução de uma requisição ou aquisição de um trabalho cuja actividade não esteja orçamentada ou não tenha saldo suficiente para a sua execução.

Que acções estão a ser desenvolvidas para que o orçamento de 2019 inicie à 1 de janeiro?

Há já todo um conjunto de actividades que antecedem a recolha e compilação dos dados que, nesta fase são pouco visíveis. Estamos neste momento a fazer a análise do orçamento implementado e em função desta análise proceder-se-á o realinhamento das actividades para o próximo ano.

Iniciaremos brevemente a discussão interna dos critérios, uma reavaliação de todos os critérios que foram utilizados para a definição do orçamento de 2018, para adequá-los ao contexto "eventualmente" novo de 2019 e estende-los às diversas direcções, para obtenção de informações mais sustentadas, ou seja, a ideia é que nos próximos tempos, se inicie a discussão com todas as direcções dos elementos fundamentais para a preparação do próximo orçamento. Isso vai passar, também,

pelo processo de elaboração de planos operacionais que iniciará brevemente. Esperamos que esses planos ditem as actividades a serem desenvolvidas em cada área. A partir desses planos operacionais que seguramente indicarão os recursos necessários se começará a montar o orçamento 2019.

É preciso também ter em conta que se espera um contexto diferente para o próximo ano. Ainda não está determinado quando será, mas provavelmente se avance com o já anunciado processo de privatização parcial da Angola Telecom, e tudo isso pode influenciar o conjunto de actividades que serão desenvolvidas em 2019.

Do seu ponto de vista, que tipo de orçamento gostaria de ter no próximo ano?

Depende do contexto. Se continuar com o contexto actual, provavelmente se fará alguns ajustes na estrutura das actividades mas creio que no global continuaremos com a mesma estrutura do Orçamento.

Se for efectuado mudanças estratégicas, então acredito que haverá roptura de algumas actividades e aqui teremos que reavaliar a importância de cada actividade de actualmente executada,

por conseguinte, estaremos mais próximos de partir para um Orçamento que muitos designam de Base Zero.

Que avaliação faz do período que está como Director desta área?

Considero ser ainda pouco tempo, mas ainda assim faço uma avaliação positiva. Pela sua natureza é uma área muito complexa e que trata de questões com alguma sensibilidade e isso requer algum tempo. Temos pontualmente apresentado algumas medidas de correção e reorientação das actividades; elaboramos o Orçamento, que está em execução, num prazo muitíssimo reduzido e em breve, como anteriormente disse, começaremos a elaboração dos Planos Operacionais da empresa que é uma recomendação do Concelho Técnico realizado em março do ano corrente.

Com os planos operacionais elaborados teremos as actividades em execução na nossa empresa mapeadas, por um lado, e por outro, avaliando os desvios, proceder correcções e ou realinhamentos e suportar a tomada de decisões operacionais da empresa. ■■■



A Angola Telecom trabalha em parceria com o Governo angolano, na massificação do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, fornecendo Internet ao projecto social Angola Online, levado a cabo pelo Instituto Nacional de Fomento da Sociedade de Informação (INFOSI) e

aprovado pelo Ministério das Telecomunicações e Tecnologias de Informação, informou o Coordenador da Comissão de Gestão Interina, Eduardo Sebastião.

“Angola Telecom é um grande participante no projecto do Governo na massificação do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação,

que através do qual, o Ministério das Telecomunicações e Tecnologias de Informação tem estado a inaugurar pontos públicos de Internet gratuito para a juventude em diversas províncias do País. Quem fornece a Internet a estes pontos é a Angola Telecom”, explicou o Coordenador.

O Angola Online é um projecto social, sem fins lucrativos com o objectivo de criar pontos de acesso público e gratuito de Internet em todas as províncias. Contemplam já com o sinal de Internet grátis deste projecto as províncias de Luanda, Lunda Sul, Malanje, Cabinda, Cuanza Sul e Bengo. ■

Angola Telecom fornece Internet ao Angola Online



Angola Telecom expõe no INSUTEC e em Cacuaco

A Angola Telecom participou da 2ª edição da Feira de Tecnologias e Software, realizada pelo Instituto Superior de Ciências e Tecnologias (INSUTEC), que decorreu em Maio deste ano.

A empresa levou para a exposição, os produtos Fale Mais e Fale & Navegue bem como folhetos dos produtos e serviços do segmento empresarial e grossista onde se efectuou pré-venda no local do evento.

No stand da Angola Telecom, os alunos dos cursos de engenharia informática e de telecomunicações

afluíram em massa, onde foram esclarecidos sobre os produtos, serviços expostos e as soluções tecnológicas utilizadas pela empresa. O produto Fale e Navegue mereceu maior atenção dos estudantes.

O Objectivo da feira foi de incentivar os estudantes da instituição, pelo interesse no estudo da Informática e das Telecomunicações, assim como a divulgação de tecnologia e software através das empresas expositoras.

Segundo a Directora da Área Científica e Coordenadora dos cursos

de engenharia do INSUTEC, Mirtha Verdecia, a exposição visou criar intercâmbio entre os alunos da instituição com as empresas de tecnologias, no sentido de os colocar em contacto prático com as tecnologias por eles estudadas.

De lembrar que a 1ª edição da Feira de Tecnologias e Software aconteceu no ano de 2017 onde a Angola Telecom participou para além de outras 3 empresas.

Para além da feira do INSUTEC, a Angola Telecom participou também na terceira edição da feira Tecnológica e

do Empreendedorismo, alusivo ao 11º aniversário do Instituto Politécnico de Cacuaco.

A nossa empresa se fez presente no certame com um stand onde expôs vários produtos e serviços do segmento Residencial e empresarial.

Para além da Angola Telecom, participaram também na feira cerca de 60 empresas de vários ramos de actividades.

Na feira, a par da exposição foram realizadas outras actividades como campanhas de recolha de donativos, palestras, visitas às empresas e Ministérios. ■



Venda e sessão de autógrafo de Elsa Barber



O livro intitulado *Regras Básicas de Convivência no Ambiente Escolar*, de autoria de Elsa Barber, Membro do Conselho Fiscal da Angola Telecom e escritora, foi comercializado e autografado, em Junho de 2018, no hall do edifício sede da Angola Telecom.

O livro traz uma abordagem em banda desenhada com mensagens de como as crianças devem comportar-se em ambientes escolares e, por sua vez,

como os professores e educadores devem dirigir-se a elas obtendo assim o seu respeito e admiração.

Elsa Barber fez um balanço positivo, tendo em conta a afluência dos trabalhadores na compra do seu livro e aconselha os pais e encarregados de educação que continuem a comprar livros não só de sua autoria, de modos a incentivar as crianças no gosto pela leitura.

"É importante que as crianças leiam este

livro porque influencia comportamento positivo as crianças e adultos, por exemplo, elas devem cumprimentar sempre que encontrarem alguém, pedir desculpas quando errar, pedir licença antes de entrar e outras regras mais. Existem outros livros educativos que também são importantes para as crianças", explicou.

No local, vários trabalhadores tiveram a oportunidade de comprar os livros para os filhos,

sobrinhos, irmãos, netos e para a leitura pessoal, tendo considerado o tema importante para uma boa convivência no ambiente escolar e não só.

O Coordenador da Comissão de Gestão Interina da Angola Telecom, Eduardo Sebastião, por exemplo, que comprou o livro para a família, considerou positiva a iniciativa da venda do mesmo na instituição, tendo avançado que "Os livros não são apenas educativos para

as crianças, mas também para os adultos. É importante que tenhamos contacto com este tipo de literatura porque sempre melhora a nossa capacidade de integração na sociedade, aprendendo as regras a ter e a usar ao nos relacionarmos com as outras pessoas”, tendo acrescentado que “nós os pais, passamos a maior parte do tempo distante dos nossos filhos devido as obrigações profissional, desta feita, a leitura acaba por ser uma componente adicional no processo de educação dos mesmos”.

A funcionária, Núbia Diogo é mãe e comprou os livros para os seus filhos. A encarregada disse ser hábito oferecer livros aos seus filhos que já se encontram em idade escolar e o livro “Regras Básicas de Convivência no Ambiente Escolar conta com um tema sugestivo para eles, uma vez que lidam todos os dias com outras crianças e pessoas adultas na escola e não só”, disse.

Já a adolescente, Fabiana Marcolino, de 11 anos de idade e estudante da 5ª classe, aproveitou a boleia da sua tia, funcionária da


Angola Telecom e comprou o livro para acrescentar na sua pequena biblioteca de literatura infantil.

“Eu já tenho alguns livros infantis em casa, mas o tema deste livro é muito sugestivo e vou ler sempre que poder e colocar em prática porque o conteúdo mostra como é que uma criança deve se comportar quando estiver em convívio com os colegas, professores, vizinhos e amigos”.

Para além do Regras Básicas de Convivência no Ambiente Escolar, o segundo livro publicado pela escritora,

em Abril do ano em curso, foram também comercializados e autografados outros livros como Negócios Sustentáveis em Angola, de sua autoria e Notas Bíblicas.

Elsa Barber avançou que “já estou a trabalhar no próximo livro que será intitulado Aprendendo a Poupar, mas ainda não posso avançar a data da publicação. O livro vai incentivar as crianças a poupar e como investir no futuro”, disse.

Os livros podem ser encontrados na Editora das Letras e brevemente nos Hipermercados Kero. 





Cadetes visitam Angola Telecom





Os estudantes finalistas do 4º e 5º ano de licenciatura em ciências militares na área de telecomunicações da Academia Militar do Exército, visitaram as instalações da Angola Telecom, em Maio do ano em curso, com o intuito de tomarem conhecimentos sobre as plataformas de redes da referida empresa.

Segundo o Oficial da Direcção de Telecomunicações do Comando do Exército, Tito Guimarães, a visita teve como principal objectivo, a troca de conhecimentos e contactos por parte do Comando do Exército

com a Angola Telecom, uma vez que as Forças Armadas Angolanas (FAA), encontram-se numa fase de reestruturação, apostando no ensino e na formação das tropas, na vertente de telecomunicação.


"A Academia Militar do Exército do Lobito forma os futuros chefes de tropas na vertente de Telecomunicações para o Exército, estes são finalistas do 4º e 5º ano em fase de preparação de monografia que vieram beber da vossa experiência e manter contacto directo com os vossos equipamentos. Sabemos,

que a Angola Telecom, a nível de infraestruturas é o suporte das comunicações em Angola", disse.

Os 19 cadetes foram recebidos, pelo Membro da Comissão de Gestão Interina, Pedro Miguel, no anfiteatro do edifício sede da Angola Telecom, onde deu as boas vindas.

A visita foi guiada pelo Director Executivo de Operações, Túlio Jacinto e o Chefe de departamento de Engenharia e Implementação de Tecnologia de Informação, Roque Diniz, afecto a Direcção de Fábrica de Tecnologia de Informação (DFTI) e outros

técnicos da empresa que, apresentaram a estrutura da rede da Angola Telecom, sua transmissão e estado de funcionalidade.

Os cadetes visitaram a Direcção de Fábrica de Tecnologia de Informação (DFTI) e a Direcção de Atendimento ao Cliente (DAC), tendo incidência na Linha de Apoio de Tecnologia de Informação (LATI), Network Operations Center (NOC), Data Center e a Direcção de Apoio ao Cliente (DAC). Os mesmos agradeceram pela recepção e o esclarecimento de dúvidas que possuíam na área das telecomunicações. 



“Marketing-Feeling, Marketing Amador ou Marketing Profissional?”



Tornaram-se comuns as expressões “isso é Marketing”, “...fez Marketing” “área de Marketing”, “jogada de Marketing” e várias outras. Isso porque o nome Marketing, se popularizou a tal ponto de não mais pertencer a um grupo restrito de pessoas entendidas na matéria. Hoje, a palavra Marketing atravessa os vocabulários dos mais conceituados políticos aos mais humildes engraxadores de sapato, passando a ser amplamente integrada no discurso descompromissado do senso comum. Infelizmente, esse descompromisso não se limita à um mero discurso popular, mas se passa à escala empresarial, fazendo com que um sem-número de gestores, adotem como conduta administrativa nessas organizações, esse discurso e a sua respectiva

prática de marketing; o Marketing do senso comum ou, o Marketing feeling ou ainda se quisermos, o Marketing do sentimento. Agora, comunica-se com sentimento, planeia-se com sentimento e com efeito se traçam estratégias de igual modo. Isto é, com o sentimento do próprio gestor, de que isso ou aquilo dará certo. Ele acha ou supõe o resultado da sua função. Zero (0)!

Como qualquer área, o Marketing requer investimento em formação. Com esse olhar, algumas organizações disponibilizam verbas, estimando um retorno favorável sobre o investimento em Marketing. Nessa senda, muitos tecnocratas são formados mecanicamente para atenderem as demandas

emergentes interna e externamente com os desafios impostos pela dinâmica do próprio mercado. Todavia, o investimento por si só não garante a eficácia de um Marketing inteligente, quando a partir desse, por ele mesmo, se expecta alguma solução para alavancar a empresa.

De outra forma, quando à formação destinada à um microscópico número de pessoas, visa-se conferir a visão de Marketing para a empresa, é quase óbvio que essa depressa se mostrará como ineficiente, limitadora, senão mesmo uma visão retrograda sobre ao que de facto o Marketing se propõe. É a esse entendimento que, preferimos cunhar como sendo Marketing amador. Cinco!

O Marketing profissional está vivo! Ele, porém, tem vida apenas em organizações seriamente orientadas para o Marketing. Os CEO's dessas organizações, jamais permitem restringir a actividade de Marketing à uma área, pois a sua visão antecede ao desenho do organograma empresarial, o que o conduz a olhar para o mercado como negócio e com responsabilidade. Um negócio, onde tudo não se limita ao lucro, nem tão pouco na visibilidade da empresa, mas a satisfazer e manter clientes e, ainda estimular tendências no mercado em que opera, propondo novas soluções, a fim de satisfazer necessidades. Portanto, em oposição, essa visão e prática são compartilhadas vertical, horizontal, interna e externamente com os seus colaboradores.

A empresa orientada para o Marketing pensa (não apenas imita) Marketing e, envolve como tal, todo o seu stakeholder para esse fim: fornecedores, colaboradores, clientes e até a media, informando e influenciando o seu público de interesse com uma comunicação própria.

Aqui encontramos acções de Marketing Interno e

Endomarketing, respectivamente, sendo implementadas com rigor e objectivos definidos. Encontramos também, bem desenhada, a estratégia de Marketing (posicionamento da marca, segmentação de mercado e o público alvo definido para cada produto ou serviço no seu respectivo estágio ou ciclo de vida). Encontramos também a pesquisa e a prospeção de clientes com dados extraídos do mercado. A própria prospeção derivada do resultado de pesquisas creíveis e comprometidas para esse fim.

O Marketing profissional, não se reduz, as orientações geniais dos internacionalmente considerados especialistas na prática do marketing, nomeadamente, Philip Kotler, Peter Drucker, Theodore Levitt, Baker ou Christopher Lovelock. Ele perpassa essas orientações sem desmerecê-las, mas tendo em atenção ao contexto específico (cultura, política, demografia, poderio económico), a situação financeira da empresa, a necessidade e os desejos dos consumidores; aos resultados das pesquisas de mercado.

O Marketing profissional, entende e defende a manutenção da marca, bem como a fidelização e satisfação dos seus clientes e do mercado em geral, via investimento, reinvestimento.

Mas também, a retirada da marca, o rebranding ou ainda o co-branding, quando necessários. Contudo, o Marketing profissional é muito mais do que isso. Ele se funda no compromisso do Marketing como profissão, profissionalizando a sua própria função e, portanto, resguardando para si, a ética profissional, a responsabilidade social, a deontologia, dentre outros aspectos valorativos para garantir a sua autossustentabilidade. ■



Rosto Profissional

Francisco Caxinde



Categoria: Técnico de Compras de Frota e Logística.

Ano de Admissão: 2002.

Área Actual: Direção de Compras e Logística.

Sonho: Formação superior.

Ídolo: Jesus Cristo.

Estado Civil: Casado.

Filhos: 5

Naturalidade: Luanda.

Virtude: Amar o próximo como Deus nos Ama.

Calçado: 42.

Religião: Católica.

Bebida: Vinho Reserva.

Prato preferido: Funje com molho

diversificado.

Já alguma vez foi aliciado: Já.

Enganado: Sim, no mundo dos negócios.

Como reagiu: Fiquei decepcionado mas dei volta a situação.

Dia da semana: Domingo porque é dia para adoração

Cor preferida: Branca simboliza a Paz.

Ano que mais lhe marcou: 2002.

Porque: Foi o ano em que assinei o meu contrato de trabalho com a Empresa, e percebi que assim poderia sustentar a minha família condignamente.

O que faz ao fim de semana: Aos sábados visito alguns familiares e no domingo vou à igreja agradecer à Deus.

O que acha da violência domestica. É crime. Nada justifica os actos que têm vindo a acontecer nos dias de hoje.

O que desejaria ser: Sempre feliz com as pessoas que me rodeiam.

Angola Telecom ontem e Hoje: Era melhor, hoje enfrenta problemas que não esperava.

Relacionamento com colegas: Bom com alguns e razoável com outros, como não se agrada gregos e a troianos ao mesmo tempo.

Mudança na AT: Espero por inovação na estrutura organizacional.

Dia-a-dia na empresa: Com amor e carinho atendendo chefes e colegas.

HÁ MAIS DE 20 ANOS
A LIGAR ANGOLA
AO MUNDO
E AO FUTURO



ANGOLA TELECOM