



CENTRO DE  
EMPREGO  
DE PEMBA

## PLANO DE MARKETING 2022-2026

Realizado no âmbito do projecto:



Financiado por:



União Europeia

Cofinanciado e gerido por:



Contratado por:



## Ficha Técnica

---

### Concepção e Redacção

- Pine3 - Consultoria & Formação

### Título

- Plano de Marketing do Centro de Emprego de Pemba, 2022-2026

### Entidade Promotora

- Contratado pela CTA - Confederação das Associações Económicas de Moçambique, no âmbito do projecto +Emprego, financiado pela União Europeia e Co-financiado e gerido pelo Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, IP

### Versão

- Final

### Data

- 1 de Fevereiro de 2022

### Composição

- 65 Páginas

## ÍNDICE GERAL

Conteúdos	Páginas
Ficha Técnica .....	1
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS.....	i
1. Sumário Executivo.....	1
2. Diagnóstico Interno e externo .....	2
<b>2.1. Análise do meio envolvente</b> .....	2
2.1.1. Envolvente político-legal .....	2
2.1.2. Envolvente Económica.....	3
<b>2.2. Análise Interna</b> .....	8
2.2.1. O INEP .....	8
2.2.2. Visão, Missão e Valores do INEP.....	9
2.2.3. O Centro de Emprego de Pemba .....	9
<b>2.3. Análise da Concorrência</b> .....	17
<b>2.4. Análise do Mercado-Alvo</b> .....	17
<b>2.5. Análise SWOT</b> .....	20
3. Estratégia de Marketing.....	22
<b>3.1. Segmentação e Targeting</b> .....	22
<b>3.2. Posicionamento</b> .....	23
<b>3.3. Identidade</b> .....	25
<b>3.4. Objectivos Estratégicos</b> .....	25
3.4.1. EIXO 1 – Reforçar a capacidade interna .....	27
3.4.2. EIXO 2 – Comunicação e Relações Publicas.....	28
3.4.3. EIXO 3 – Liderança do Sector e parcerias.....	30
4. Marketing-Mix .....	31
<b>4.1. Produto</b> .....	31
<b>4.2. Preço</b> .....	34
<b>4.3. Distribuição</b> .....	34
<b>4.4. Promoção</b> .....	37
<b>4.5. Pessoas</b> .....	44
<b>4.6. Processos</b> .....	50
<b>4.7. Evidências Físicas</b> .....	51
5. Metas e Indicadores de Monitoria.....	54
6. Plano de Implementação.....	54
7. Plano de Investimento e Orçamento.....	58
8. Proposta de Marca.....	60
9. Bibliografia.....	61
10. Anexos .....	62

## LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

---

APE	Agência Privada de Emprego
C.E.P	Centro de Emprego de Pemba
END	Estratégia Nacional de Desenvolvimento
FACIM	Feira Internacional de Maputo
FIPAG	Fundo de Investimento e Património do Abastecimento de Água
IDE	Investimento Directo Estrangeiro
IFPELAC	Instituto de Formação Profissional e Estudos Laborais Alberto Cassimo
INE	Instituto Nacional de Estatística
INEFP	Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional
INEP	Instituto Nacional de Emprego, IP
MEF	Ministério de Economia e Finanças
MIC	Ministério da Indústria e Comércio
MIMAIP	Ministério do Mar, Águas Interiores e Pescas
ODS	Objectivos de Desenvolvimento Sustentável
OIT	Organização Internacional de Trabalho
PES	Plano Economico e Social
PEST	Político, Económico, Social e Tecnológico
PQG	Programa Quinquenal do Governo
SEJE	Secretaria de Estado da Juventude e Emprego
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância
IPEME	Instituto para a Promoção das Pequenas e Médias Empresas
BAU	Balcão de Atendimento Único

## 1. Sumário Executivo

---

A Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA), em parceria com o Instituto Nacional de Emprego (INEP) e o Programa +Emprego, contratou os serviços da PINE3 - Consultoria & Formação para elaborar o Plano de Marketing do Centro de Emprego de Pemba e o plano de implementação que indique as acções necessárias para aumentar a competitividade e a sustentabilidade do Centro de Emprego, mobilizando e envolvendo de forma proactiva o sector privado, jovens e comunidades.

Apesar da criação de emprego ser uma das prioridades do Programa Quinquenal do Governo (PQG) 2020-2024 de Moçambique e constituir uma elevada prioridade das políticas públicas, o desemprego, o subemprego e a economia informal, continuam a ser uma realidade para a economia e população moçambicanas, sendo que a população jovem é particularmente a mais afectada com o desemprego. Associado aos factos acima expostos, este cenário tende e poderá agravar-se ainda mais a curto e a médio prazo, devido aos impactos evidentes da pandemia COVID-19 na economia mundial e da região.

Ao Centro de Emprego de Pemba, como unidade operativa da delegação do INEP de Cabo Delgado, recai a missão de acelerar o desenvolvimento de acções concretas com vista a garantir a materialização do objectivo central definido pelo PQG 2020 – 2024 no que respeita a intermediação do processo de criação e manutenção de postos de trabalhos sobretudo para a população jovem, através da execução de políticas activas de emprego, conciliando a oferta e a procura de emprego e respondendo às necessidades de recursos humanos/profissionais qualificados que o sector privado exige.

Para a realização do presente trabalho foi realizado um diagnóstico interno ao INEP, IP e ao Centro de Emprego de Pemba e um diagnóstico ao ambiente externo com foco nas empresas de Cabo Delgado e nos/as jovens da província.

Da análise estratégica realizada, foi definida uma estratégia de marketing para o Centro de Emprego de Pemba, que inclui a sua segmentação, o seu posicionamento, a sua identidade e os objectivos estratégicos assentes em 3 Eixos: Eixo 1 – Reforçar a sua Capacidade Interna, Eixo 2 - Assumir uma atitude proactiva através da comunicação programada e o Eixo 3 - Posicionar o C.E.P. como uma plataforma de diálogo e de dinamização do mercado de emprego.

Tendo em conta os 3 Eixos estratégicos definidos, foi proposto um conjunto de acções que incidem nas diversas componentes do marketing-mix do Centro Emprego e que têm impacto na qualidade do serviço prestado, nos seus canais de distribuição, na comunicação e marketing, nas capacidades e processos internos e no seu espaço físico.

O plano de implementação do Plano de Marketing prioriza as actividades de melhoria das capacidades e condições internas na sua fase inicial, para nos anos seguintes poder promover os seus serviços junto dos candidatos a emprego, empreendedores e empresas ao mesmo tempo que vai garantindo um serviço de maior qualidade e eficácia.

O plano de investimentos necessário para a implementação do Plano de Marketing 2022-2026 do Centro de Emprego de Pemba tem um orçamento estimado em 13.843.000 Meticais que se espera ser apoiado pelos parceiros do INEP, IP e do C.E.P. e pelas empresas da província em determinadas actividades.

## 2. Diagnóstico Interno e externo

### 2.1. Análise do meio envolvente

#### 2.1.1. Envoltente político-legal

O INEP foi criado em 2016 pelo Decreto n.º 48/2016 de 01 de Novembro ao abrigo do disposto na sub alínea vi) do artigo nº 4 do Decreto Presidencial n.º 02/2016 de 20 de Maio e no uso de Competências delegada do Conselho de Ministros nos termos do artigo 01 da Resolução n.º 30/2016 de 31 de Outubro, a comissão Interministerial da Reforma da Administração Pública, seguidamente o Decreto n.º 85/2020 de 21 de Setembro estabeleceram as competências do INEP e de forma a complementar os anteriores instrumentos foi aprovado o estatuto orgânico e o regulamento interno do INEP através da resolução n.º 1/2021 de 6 de Janeiro e do Despacho de 25 de Março de 2021, publicado no BR nº 137, I Série de 19 de Julho de 2021 respectivamente. Com a criação do INEP, os Centros de Emprego foram definidos como unidades operativas do INEP pelo que se regem pelos instrumentos legais aplicáveis ao INEP. Actualmente existem 20 Centros de emprego no país, presentes em todas as províncias.

A promoção do emprego no país vigora como a segunda prioridade definidas no PQG 2020 – 2024, entre os instrumentos político-legais existentes que orientam a promoção do emprego, destacam-se os seguintes:

Instrumento de política	Princípios Gerais
<b>Estratégia Nacional de Desenvolvimento (END, 2015-2035)</b>	Esta estratégia estabelece que o Governo deve definir políticas de promoção de emprego decente e sustentável para a população.
<b>Lei do Trabalho (Lei nº 23/2007 de 01 de Agosto)</b>	Define o princípio do direito ao trabalho, da estabilidade no emprego e no posto de trabalho, da alteração das circunstâncias e da não discriminação em razão da orientação sexual, raça ou de se ser portador do HIV/SIDA.
<b>Política de Emprego (Resolução nº 29/2016 de 31 de Outubro)</b>	Promove a criação de emprego, empregabilidade e sustentabilidade do emprego, contribuindo para o desenvolvimento económico e social do país e bem-estar dos moçambicanos.
<b>Programa Quinquenal do Governo 2020-2024 (Resolução nº 15/2020 de 14 de Abril)</b>	Estabelece como uma das prioridades impulsionar o crescimento Económico, a produtividade e a geração de emprego através da promoção do emprego, da legalidade laboral e da segurança social. Até ao final do quinquénio, o Governo de Moçambique comprometeu-se a

		criar três milhões de novos empregos. Para tal, pretende prover formação profissional para candidatos ao emprego, auto-emprego e trabalhadores com maior enfoque para jovens e mulheres.
<b>Regulamento de Licenciamento e Funcionamento das Agências Privadas de Emprego (Decreto nº 16/2018 de 23 de Abril)</b>	<b>de e das de nº</b>	Define as normas de exercício de actividade das Agências Privadas de Emprego que incluem prospecção de mercado de emprego, informação e orientação profissional, e consultoria sobre recursos humanos. Igualmente define os deveres e direitos dos candidatos a emprego
<b>Regulamento do Trabalho Portuário (Decreto nº 46/2016 de 31 de Outubro)</b>	<b>nº</b>	Define as normas das relações individuais e colectivas de trabalho subordinado prestado nas diversas categorias de movimentação de cargas dentro da zona portuária, portos secos e actividades conexas e o licenciamento das Empresas de Trabalho Portuário.

O país aderiu também a diversos instrumentos e normas internacionais com vista à promoção do emprego digno, nomeadamente:

<b>Instrumento de política</b>	<b>Princípios orientadores</b>
<b>Agenda 2030 (Objectivos de Desenvolvimento Sustentável, ODS) – Objectivo 8</b>	Destaca a necessidade de se alcançar o emprego pleno e produtivo; trabalho decente para todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência; remuneração igual para trabalho de igual valor e redução substancial da proporção de jovens sem emprego, educação ou formação.
<b>Estratégia de Longo Termo dos Serviços Públicos de Emprego 2015-2025</b>	Dentre outros objectivos, esta estratégia encoraja a melhoria da Governação dos serviços públicos de emprego e o desenvolvimento de parcerias entre serviços de emprego para reduzir os desequilíbrios entre a procura e a oferta de competências de mão de obra.
<b>Convenção 122 da OIT</b>	Esta Convenção encoraja os países membros a estabelecerem políticas de emprego que assegurem o acesso a mais e melhores empregos por todos os cidadãos
<b>Convenção 88 da OIT</b>	Esta convenção obriga aos Estados Membros a manter um serviço público e gratuito de emprego. Este serviço público deve realizar em cooperação quando necessário com outros organismos públicos e privados interessados a melhor organização possível do mercado de emprego, como parte integrante dum programa nacional destinado a assegurar e a manter o pleno emprego.

### 2.1.2. Envolvente Económica

Após um crescimento económico médio de 8% no período 2001-2015, a economia Moçambicana reduziu o seu crescimento para uma média de 3% no período 2016-2019, justificado principalmente pela crise das dívidas ocultas e pelos ciclones tropicais de 2019.

Em 2020, a pandemia global da COVID-19 atingiu o país na altura em que este se esforçava para recuperar o abrandamento económico e a mesma reduziu a procura global, reduziu os preços das matérias-primas e as medidas necessárias para conter a pandemia resultaram num declínio do comércio e na diminuição do consumo interno com uma contração da produção e que resultou num crescimento negativo do PIB em 2020 de -1.2% e uma inflação média de 3.1%.<sup>1</sup>

Em 2021, prolongaram-se os constrangimentos económicos relacionados com a pandemia da COVID-19 a nível global e em Moçambique, no entanto, as medidas tomadas permitiram uma maior abertura da economia que, a par da recuperação dos preços das principais mercadorias de exportação, esperase que resultem num crescimento do PIB de 2.5%.<sup>1</sup>

A província de Cabo Delgado tem uma população estimada de 2 320 261 habitantes, sendo 51,6 % mulheres e 48,5 % homens. A província Cabo Delgado sempre foi dos territórios menos desenvolvidos de Moçambique. Vários factores se foram sucedendo para que essa realidade acontecesse a longo prazo como a forte incidência da luta de libertação nacional, conflitos étnicos entre outros. A descoberta de Petróleo e Gás e o conflito militar despertou atenções, preocupações e alterou realidades e comoções socioeconómicas que têm merecido atenção para as decisões políticas e económicas, considerando os actuais contextos de instabilidade. Nesse âmbito foi criada a Agência de Desenvolvimento Integrado do Norte, cujo objectivo essencial é a coordenação do desenvolvimento desse território.

Historicamente, a produção agrária (bens alimentares – milho, feijões, mandioca, mapira e arroz) e de exportação – algodão, caju, gergelim, a pesca, o turismo, a extracção de minerais (mármore, ouro, rubis e outros), e de madeira constituem as principais fontes de criação de riqueza da província. Os serviços públicos constituem a principal fonte de emprego da província. A pobreza, o acesso aos serviços básicos aos cidadãos, a cobertura de infraestrutura de comunicações, o número de empresas, o acesso às redes de comunicação e ao sistema bancário, o baixo número de homens e mulheres desempregados inscritos<sup>2</sup> e outros indicadores, apresentam valores inferiores que no resto do território.

Os investimentos realizados pelas empresas do sector de Petróleo e Gás nos últimos anos e as suas perspectivas futuras, vinham a acelerar o crescimento económico na província nos últimos anos e criando boas perspectivas de desenvolvimento na próxima década.

No entanto, a situação de insegurança na província de Cabo Delgado e a suspensão das actividades da *Total Energies* influenciaram sobremaneira o desempenho empresarial ao longo do ano de 2021, sendo que de acordo com o levantamento feito pela CTA, cerca de 410 empresas foram afectadas, dentre as quais 38 tinham pagamentos pendentes devido a declaração da *force majeure* da Total.

Em relação à província de Cabo Delgado, cerca de 60% dos investimentos realizados na província no ano de 2020, resultaram do IDE, correspondendo a 42,290,200.67 USD e os restantes 40% representam investimentos nacionais, num valor total de 28,654,862.83 USD.

---

<sup>1</sup> FMI, WEO (Outubro, 2021)

<sup>2</sup> 23.670, dos quais 4.694 mulheres e 18.976 homens; Fonte: Anuário Estatístico de Cabo Delgado 2020



**Tabela 1: Número de Projectos, Emprego e Investimentos Realizados em Cabo Delgado (2020)**

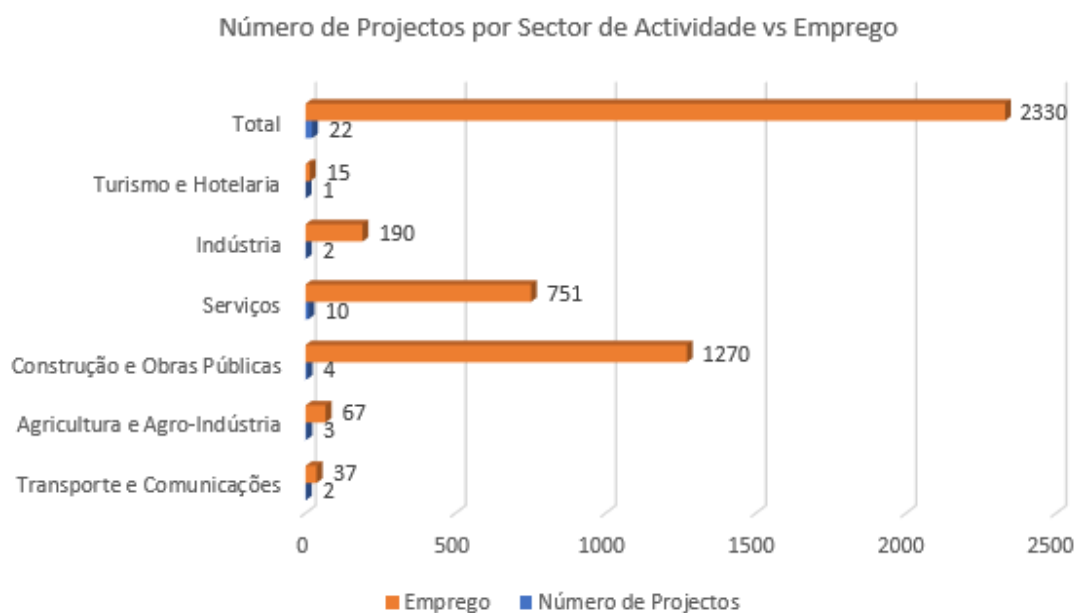
Distritos	Número de Projectos	Emprego	IDE (USD)	IDN (USD)
Cidade de Pemba	7	439	4,941,098.67	14,424,895.61
Palma	10	1640	36,404,102.00	13,397,321.66
Metuge	1	15	-	132,645.56
Chiure	2	190	600,000.00	700,000.00
Montepuez	1	17	300,000.00	-
Mecufi	1	29	45,000.00	-
Total	22	2330	42,290,200.67	28,654,862.83

**Fonte:** Anuário Estatístico de Cabo Delgado (2020)

Apesar do número de projectos ser reduzido, foi alocado um grande volume de investimentos principalmente no sector de construção e obras públicas, que por sua vez foi responsável pela geração do maior número de empregos em 2020.

De um total de 22 novos projectos, 4 foram realizados no sector de construção e obras públicas, tendo gerado 1270 empregos, seguidos de 751 empregos gerados por 10 projectos no sector de serviços. O sector da agricultura e agro-processamento, foi responsável por 3 projectos e 67 novos empregos segundo a informação registada pelo Instituto Nacional de Estatísticas.

**Gráfico 2: Número de Projectos por Sector de Actividades vs Emprego em Cabo Delgado (2020)**



**Fonte:** Anuário Estatístico de Cabo Delgado (2020)

Conforme ilustra a tabela 2, o produto interno bruto da província de Cabo Delgado, registou uma tendência crescente entre o período de 2016 e 2018. Em 2019, o PIB da província decresceu 1,6%, acompanhada por uma queda no PIB per capita, que sinaliza uma deterioração no padrão e condições de vida dos cidadãos residentes em Cabo Delgado.

**Tabela 2: Indicadores Macroeconómicos de Cabo Delgado (2016-2019)**

Descrição	2016	2017	2018	2019
PIB (Preços Constantes em 10 <sup>6</sup> MT)	29,403.00	30,189.00	31,610.00	31,096.00
Taxa de Crescimento do PIB (%)	3.7	2.7	4.7	-1.6
PIB per capita (USD)	288.00	264.00	287.00	275.00

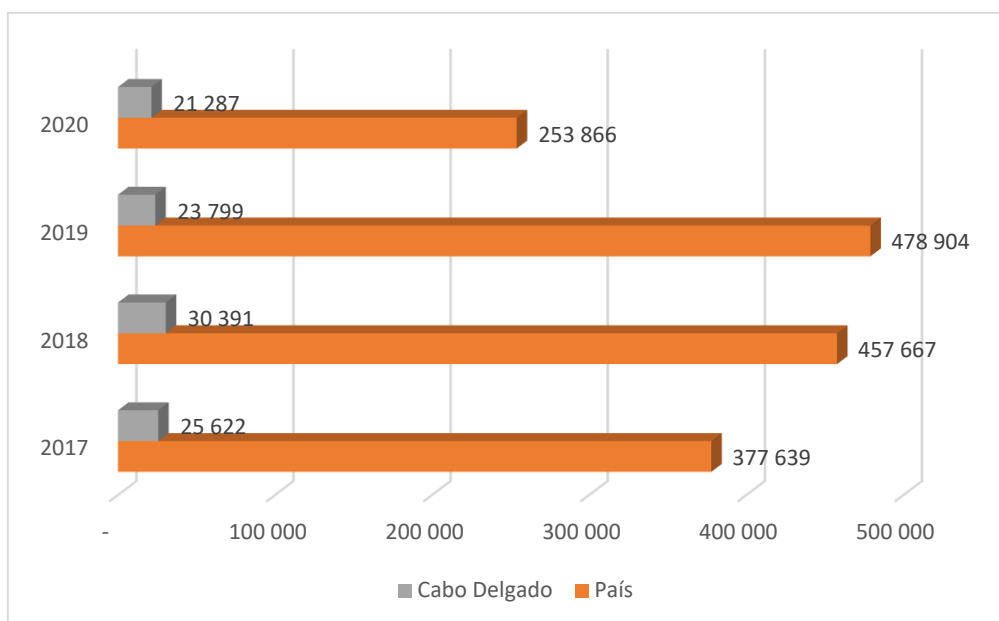
**Fonte:** Adaptado pelo Autor do Anuário Estatístico de Cabo Delgado (2020)

### 2.1.2.1. Tendências do Mercado do Trabalho em Cabo Delgado

De acordo com os Boletins de Estatísticas do Trabalho do Ministério do Trabalho e Segurança Social, Moçambique registou um crescimento do número de empregos registados de 21% em 2018 e 5% em 2019, tendo registado um decréscimo de 46% em 2020 resultando em 253.866 empregos registados.

De 2017 a 2020, a província de Cabo Delgado representou cerca de 7% dos empregos registados a nível nacional, tendo apenas registado crescimento no ano de 2018 com um crescimento de 18% e tendo registado em 2020, 21.287 empregos registados. Apesar do crescimento registado em 2019 a nível nacional, o registo de empregos em Cabo Delgado decresceu 21%.

**Gráfico 2: Empregos Registados no País e em Cabo Delgado (2017 – 2020)**



**Fonte:** Adaptado pelo Autor do Boletins Estatísticos Finais do Mercado de Trabalho (2018 e 2020)

Em relação às ofertas de emprego registadas em Cabo Delgado, o número total não teve uma alteração significativa entre 2019 e 2020, tendo, no entanto, crescido exponencialmente o número de autoempregos registados de 61 para 1102 em 2020, aumentado o número de kits de emprego distribuídos de 39 para 94 e reduzido significativamente o número de estágios pré-profissionais de 472 para 38, de ofertas de emprego recebidas de 182 para 47 e vagas publicitadas no jornal de 820 para 279.

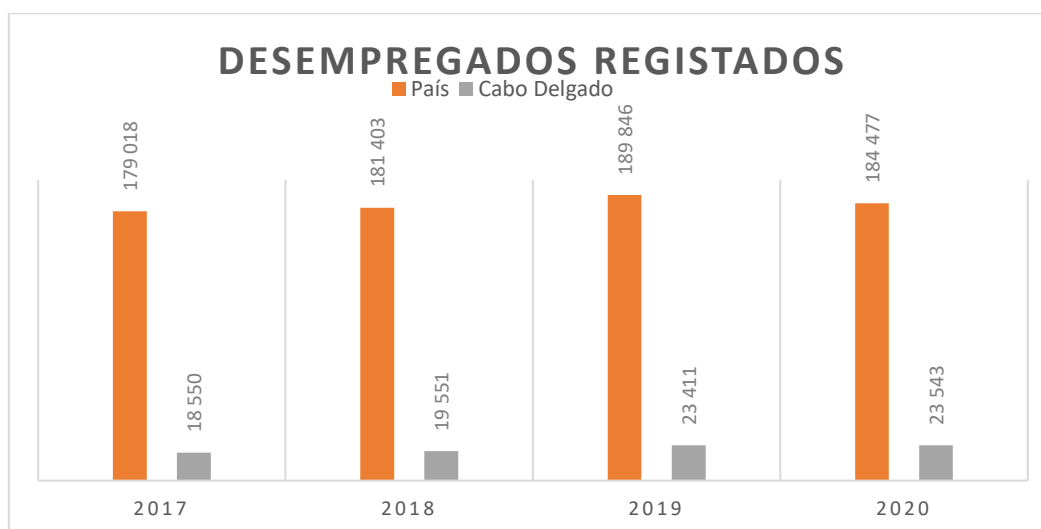
**Tabela 3: Oferta de Empregos (2018 – 2019)**

Categorias	2018 <sup>3</sup>	2019	2020
Estágios pré-profissionais	258	472	38
Kits de emprego distribuídos	0	39	94
Auto-emprego	0	61	1102
Ofertas de emprego recebidas	0	182	47
Vagas Publicitadas nos jornais	102	820	279
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>1574</b>	<b>1560</b>

**Fonte:** Adaptado pelo Autor do Boletins Estatísticos Trimestrais do Mercado de Trabalho (2018, 2019 e 2020)

No geral, em termos cumulativos, os centros de emprego tanto a nível nacional como os da província de Cabo Delgado registaram um incremento no número dos desempregados inscritos, durante o período de 2017 a 2020, como se pode ver no gráfico 4.

**Gráfico 3:** Número acumulado dos anos anteriores de desempregados inscritos (2017-2020)



**Fonte:** Boletins Estatísticos Finais do Mercado de Trabalho (2018 e 2020) e Anuário Estatístico de Cabo Delgado 2020

No 1º trimestre de 2021, o desemprego registado nos Centros de Emprego reduziu 5,5% em relação ao período homólogo. No mesmo período, Cabo Delgado registou uma taxa de desemprego de 13,7%, sendo 80,2% homens e 19,8% mulheres.

As ofertas recebidas pelos Centros de Emprego no 1º trimestre de 2021, registaram uma redução de 55,8% e 80,6% em relação aos períodos anterior e homólogo, respetivamente, influenciada pelas variações negativas de Nampula, Cabo Delgado e Inhambane em relação ao período anterior e Nampula, Zambézia e Inhambane face ao homólogo.

A província de Cabo Delgado registou um total de 19 ofertas de emprego recebidas no IV trimestre de 2020 e apenas 3 no primeiro trimestre de 2021, segundo a informação da SEJE.

<sup>3</sup> Apenas estão disponíveis dados do terceiro trimestre

Relativamente às características das ofertas recebidas no 1º trimestre de 2021, observou-se que as 3 foram destinadas a candidatos a primeiro emprego.

Durante o ano de 2020, os centros de emprego alocaram 741 kits de auto-emprego, superando a meta do ano de 550 kits, em 35%. Com a distribuição de kits, contribuiu-se para a criação de 2.101 empregos, 499 dos quais representam empregos de mulheres. A província de Cabo Delgado situou-se na 3ª posição relativamente à distribuição de kits para o auto-emprego, sendo que a 1ª e a 2ª posição foram ocupadas pela cidade de Maputo e província de Tete respectivamente.

**Tabela 4: Número de kits para o auto emprego distribuídos em 2020**

Província	Meta Do C.E.P.	Número Distribuído p/ Delegações	Número distribuído p/ INEP, IP Central	Total	Período Homologo	Var (%)	Real
<b>Cabo-Delgado</b>	37	56	38	94	4	2 250	254%

Fonte: INEP, IP

## 2.2. Análise Interna

### 2.2.1. O INEP

O Instituto Nacional de Emprego, Instituto Público (INEP, IP) é uma instituição pública criada pelo Decreto nº 48/2016 de 1 de Novembro e ajustado pelo Decreto nº 85/2020 de 21 de Setembro. O INEP, IP é uma instituição nova resultante da desintegração do INEFP que resultou na criação, também, do IFPELAC. Desde a sua criação, a envolvente externa do INEP, IP foi marcada pela emergência de diversas oportunidades e ameaças ao nível da economia, do mercado de trabalho e das políticas públicas.

O Instituto Nacional de Emprego é uma entidade pública dotada de personalidade jurídica e goza de autonomia administrativa. Presta gratuitamente serviços de intermediação laboral, informação e orientação profissional, promoção de estágios pré-profissionais e informação sobre o mercado de emprego.

Havendo necessidade de aprovar o Estatuto Orgânico do INEP, o Conselho de Ministros nos termos do artigo 01 da Resolução n.º 30/2016 de 31 de Outubro, a comissão Interministerial da Reforma da Administração Pública, aprovaram o Estatuto Orgânico do Instituto Nacional de Emprego, com vista nortear a materialização dos seguintes pontos:

- Implementação de políticas, programas e projectos no âmbito da promoção do emprego;
- Contribuição na promoção do emprego através da implementação de medidas activas de emprego que conduzam a criação e manutenção de postos de trabalho;
- Regulação e licenciamento do exercício das Agências Privadas de Emprego e das Empresas de Trabalho Portuário;
- Promoção do auto emprego e empreendedorismo;
- Regulação da actividade das entidades promotoras de estágios Pré-Profissionais;
- Mobilização e gestão de recursos financeiros para a promoção do emprego.

## 2.2.2. Visão, Missão e Valores do INEP

### VISÃO

Ser referência na implementação de políticas, programas e projectos no âmbito da promoção do emprego, auto-emprego e empreendedorismo.

### MISSÃO

Promover o emprego e auto-emprego da Força de Trabalho, através da implementação de políticas activas de emprego.

### VALORES

Profissionalismo;

Excelência;

Transparência;

Inovação;

Equidade.

## 2.2.3. O Centro de Emprego de Pemba

O Centro de Emprego de Pemba (C.E.P) é uma unidade operativa integrada na Delegação Provincial do Instituto Nacional de Emprego de Cabo Delgado, o qual prossegue os objectivos da Delegação Provincial do INEP, no âmbito da execução da Política de Emprego.

O C.E.P subordina-se à Delegação Provincial a quem compete emitir instruções metodológicas, aprovação de programas e planos de actividades.

São atribuições do Centro de Emprego:

- Prestar serviços gratuitos aos candidatos a emprego;
- Inscrever os candidatos a emprego e ajudá-los a encontrar o emprego que melhor se ajuste às suas pretensões e qualificações profissionais;
- Propor planos de actividades, de acordo com as necessidades e prioridades estabelecidas superiormente;
- Articular com outras entidades na criação de postos de trabalho e comunicação de ofertas de emprego;
- Proceder à caracterização dos postos de trabalho e disponibilizar a mão-de-obra necessária, recorrendo a candidatos inscritos ou compensação com outros Centros;
- Dinamizar a criação de alternativas ou programas de emprego tendentes a estabelecer o equilíbrio entre a oferta e a procura de emprego;
- Efectuar visitas de prospecção de mercado de emprego aos sectores produtivos para o levantamento das necessidades de pessoal e do conhecimento de particularidades de determinadas profissões, com vista à correcta selecção de eventuais candidatos a emprego;
- Elaborar as estatísticas de candidatos e de ofertas de emprego, bem como proceder à recolha sistemática e compilação de informação sobre o mercado de emprego;

- Promover acções de informação profissional que orientem os candidatos a encontrar emprego e vias de enquadramento progressiva nas carreias profissionais;
- Promover a orientação profissional dos jovens no início da vida activa, bem como de adultos em matérias de profissão;
- Promover a realização de exames médicos, com vista ao ajustamento das capacidades físicas do indivíduo ao exercício da profissão;
- Colaborar com empresas e serviços públicos na selecção adequada de candidatos a postos de trabalhos;
- Assegurar a eficácia no recrutamento e colocação de candidatos a emprego.

Actualmente, o Centro de Emprego de Pemba presta efectivamente os seguintes serviços:

- Intermediação entre a oferta e procura de emprego;
- Operacionalização do programa “Meu kit, meu emprego”<sup>4</sup>;
- Promoção de estágios pré-profissionais;
- Divulgação de informação e orientação profissional;
- Recolha e tratamento de dados estatísticos de emprego;
- Tramitação de folha de relação nominal;

### Recursos Humanos e Organigrama

O Centro de Emprego de Pemba conta actualmente com 10 funcionários, com as seguintes funções e principais características:

**Tabela 5: Recursos Humanos do C.E.P**

Nome	Função	Formação	Idade	Género	Experiência
João Massingue	Delegado Provincial	Técnico superior em Administração Educacional	46 anos	M	13 anos

<sup>4</sup> Kits compostos por equipamentos, ferramentas ou insumos que permitam o arranque pequenos negócios como construção civil, serralharia, cabeleireiros, criação de frangos, costura, entre outros;

Afonso Machungo	Chefe de Departamento Provincial de Emprego	Técnico superior em Contabilidade e Auditoria	35 anos	M	6 anos
Sérgio Nanchica	Chefe de Centro de Emprego	Técnico superior em Psicologia Educacional	35 anos	M	6 anos
Abdul Mussa	Departamento de Planificação e Finanças	Técnico Profissional Administração Pública	38 anos	M	13 anos
Alberto Ntanga	Área de colocação e prospeção de mercado de emprego	Técnico superior em Ciências Jurídicas	58 anos	M	32 anos
Henriques António	Área de informação e orientação profissional	Técnico superior em Administração pública	41 anos	M	14 anos
Carmen Jamaldine	Secretaria geral	Técnica Profissional Administração Pública	40 anos	F	21 anos
Deolinda Saide	Recepção	Técnica Profissional Administração Pública	46 anos	F	10 anos
Tacelina Albano	Agente de Limpeza	Ensino médio geral (12ª Classe)	38 anos	F	4 anos
Ossaimo Felisberto	Agente de Limpeza	Ensino médio geral (12ª Classe)	33 anos	M	4 anos

Figura 1: Organograma do C.E.P



Nenhum dos funcionários do centro tem formação específica na área de emprego, no entanto no presente ano de 2021, todos os funcionários do C.E.P beneficiaram de uma pequena formação com a duração de uma semana na área de emprego.

### Abrangência dos Serviços do Centro de Emprego de Pemba

A província de Cabo Delgado conta actualmente com dois Centros de Empregos, em Pemba e Montepuez, estando em criação um Centro de Emprego em Palma.

Assim sendo, os dois Centros existentes respondem actualmente pelas necessidades de toda a província de Cabo Delgado.

### Número médios de utentes do Centro de Pemba

O número médio diário de utentes do C.E.P é de 3 a 5 candidatos por dia e o mesmo número médio de vagas partilhadas com as empresas parceiras, sendo por norma o mês de Dezembro, o mês de maior procura por parte de candidatos a emprego.

### Principais Indicadores Históricos de Actividades

As principais actividades realizadas e acções concretizadas pelo C.E.P. desde 2018 foram as seguintes:

**Tabela 6:** Principais indicadores históricos de actividades realizadas

Indicadores de Acções Realizadas	2018	2019	2020	2021
Nº de seminários	3	2	0	0
Nº de feiras de emprego	0	1	0	0
Nº de empresas cadastradas	5	8	23	1
Nº de jovens cadastrados	132	132	132	132
Nº de informação e orientação	256	1728	165	200
Nº de colocações	64	188	38	45
Nº de ofertas de empregos recebidas	9	6	15	11
Nº de ofertas de empregos em saldo	0	0	0	0
Nº de kits alocados a jovens	91	13	76	131
Nº de estágios pré-profissionais	516	921	68	2350
Nº de Autoempregos	0	0	0	0

**Fonte:** Centro de Emprego de Pemba (2021)

### Fontes de Orçamento e Receitas do Centro de Emprego de Pemba

De acordo com o a regulamento interno do INEP aprovado pelo Despacho de 25 de Março de 2021, publicado no BR nº 137, I Série de 19 de Julho de 2021, constituem fontes de receitas do INEP, IP que são posteriormente distribuídas pelos diversos Centros de Emprego, as seguintes:

- As dotações do Orçamento do Estado;
- Os rendimentos provenientes de publicações, no âmbito das suas atribuições;
- As taxas resultantes dos serviços prestados pelo INEP, IP, por consignação nos termos da legislação aplicável;



- As doações, heranças, legados, subvenções ou participações;
- Quaisquer outras receitas que lhe sejam atribuídas por Lei, contrato ou outro título.

O INEP tem ainda como fonte de receita as taxas de licenciamento de agências privadas de emprego, que ocorre nas várias províncias e que é posteriormente canalizado para a conta central do INEP. Das receitas obtidas, 60% são canalizadas para o ministério das finanças e os 40% restantes são distribuídos pelas diversas delegações provinciais. O orçamento do centro de emprego é definido pela delegação provincial.

Para além das receitas acima indicadas, a implementação de alguns programas específicos, como é o caso do programa + Emprego, Meu Kit Meu Emprego e Promoção de estágios profissionais, são financiados pelos vários parceiros estratégicos do INEP, nomeadamente a União Europeia, o Instituto Camões, a SNV, a Koika, a Cooperação Italiana, o Banco Africano de Desenvolvimento/MIC/IPEME, a TOTAL, a MOZPARKS, a SASOL, a VALE Moçambique, a Agência Turca de Desenvolvimento, a GIZ, a ENH entre outros.

Os serviços de emprego prestados pelo C.E.P aos candidatos a emprego e às empresas são gratuitos.

### Fluxo Operacional do Centro de Emprego de Pemba

O Centro de Emprego de Pemba tem estruturado neste momento os seguintes principais fluxos operacional:

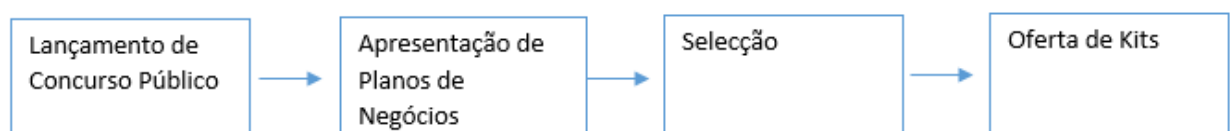
- **Candidatos a Emprego ou estágio profissional**

**Figura 2:** Fluxo Operacional do C.E.P. (candidatos a emprego ou estágio profissional)



- **Candidatos ao programa “Meu Kit Meu Emprego”**

**Figura 3:** Fluxo Operacional do C.E.P. (candidatos ao programa “Meu Kit Meu Emprego”)



- **Prospecção de Mercado de Trabalho**

- A prospecção do mercado de trabalho é feita através de visitas porta-a-porta às empresas que ainda não têm elo de ligação com o Centro e para as empresas já

registadas no C.E.P, a prospecção é realizada por meio de chamadas telefónicas e por email.

### Modelo de Comunicação com Empresas e Jovens

A comunicação entre as empresas e o Centro de Emprego é realizada através de visitas às empresas, chamadas telefónicas, envio de email e em alguns casos as empresas apresentam-se nas instalações do Centro de Emprego. Relativamente à comunicação entre o Centro de Emprego e os candidatos a emprego, a mesma é realizada envolvendo o Conselho Provincial da Juventude e Direcção de Juventude, Emprego e Desporto. São utilizadas também palestras nas comunidades, em parceria com as lideranças locais através de encontros nos bairros para divulgação das actividades do Centro e nas escolas com estudantes finalistas.

### Utilização de Redes Sociais e Plataforma Digital de Emprego

O Centro de Emprego de Pemba utiliza actualmente a rede social “Facebook” do INEP-Pemba, no entanto, por falta de pessoal técnico para a área de comunicação e imagem, a página é pouco utilizada e promovida e não é um meio de comunicação preferencial do Centro.

O INEP tem um portal de emprego<sup>5</sup> que é gerido a nível central e que permite que as empresas e os centros de emprego publiquem vagas de emprego e que os candidatos a emprego se registem para candidatura.

Figura 4: Página inicial da Plataforma de Emprego do INEP



#### ÚLTIMAS VAGAS PUBLICADAS

O C.E.P tem também as credenciais para o uso do portal de emprego para a publicação de anúncio de emprego, mas que é raramente utilizado por falta de aderência por parte das empresas locais e pelos candidatos a emprego em Cabo Delgado.

<sup>5</sup> <http://emprego.inep.gov.mz:8080/public/home>

### Acções de Marketing e Comunicação

Actualmente o Centro de Emprego de Pemba não tem uma estratégia específica para divulgação e promoção dos seus serviços, no entanto o INEP a nível central, quando tem disponibilidade ou algum apoio, realiza anúncios informativos na rádio e/ou na televisão.

Para além disso, o Centro de Emprego organiza periodicamente seminários virados para as empresas, participa em eventos organizados por outros parceiros, organiza feiras de emprego e participa na FACIM.

### Cruzamento e Organização de Bases de Dados

Conforme previsto no estatuto do INEP, os Centros de Empregos como unidades operativas do INEP têm a responsabilidade de elaborar as estatísticas de candidatos e de ofertas de emprego bem como proceder à recolha sistemática e compilação de informação sobre o mercado de emprego. Nesta perspectiva, o Centro de Emprego de Pemba realiza a recolha de todas as informações ligadas ao sector do emprego na província de Cabo Delgado, nomeadamente empregos registados no Centro e nas agências privadas de recrutamento para posterior produção de estatísticas.

### Infra-estruturas

O Centro de Emprego de Pemba está situado na cidade de Pemba e funciona actualmente em três salas das antigas instalações do INEFP, nas mesmas instalações onde funciona a Delegação provincial do IFPELAC, sendo que esta ocupa um maior número de salas

**Figura 5:** Fotografias das instalações do C.E.P.





As salas ocupadas pelo C.E.P não reúnem as condições necessárias e desejáveis para o bom desempenho do Centro de Emprego, tanto para o trabalho dos seus funcionários como para a recepção de visitantes, razão pela qual estão em curso acções com vista a identificar outras instalações para o funcionamento do Centro de Emprego.

### Equipamentos

O C.E.P dispõe do seguinte equipamento para trabalhar:

- 3 computadores de mesa operacionais;
- 1 computador de mesa avariado;
- 1 impressora operacional;
- Mobiliário;

Muito recentemente em virtude da implementação do Centro GAIVA-Gabinete de Apoio à Inserção na Vida Activa, projecto implementado numa parceria público-privada pelo programa +Emprego e C.E.P com o principal objectivo de apoiar jovens na inserção na vida activa, foi alocado um técnico no C.E.P com a principal função de inserir jovens de Cabo Delgado na vida activa, através da realização de palestras sobre a empregabilidade.

Para além do técnico, o GAIVA apoiou o C.E.P em dois computadores de mesa, um Laptop, dois UPS, duas impressoras, um modem de internet 4.5 G, um disco duro, um televisor Plasma de 43 polegadas, um decodificador da ZAP e será ainda alocado mobiliário diverso.

### 2.3. Análise da Concorrência

Como principais concorrentes do Centro de Emprego de Pemba, consideram-se as principais agências privadas de emprego presentes em Cabo Delgado e ainda as principais plataformas digitais de emprego utilizadas no país.

Existem no país mais de 70 agências privadas de emprego registadas para realizarem intermediação entre a procura e a oferta de emprego. As principais agências presentes em Pemba são as seguintes:

- Contact;
- RHDC;
- CBE;
- Móvel Empresa Privada de Emprego Limitada;
- Ascending.

As plataformas digitais são formas muito utilizadas actualmente na procura e oferta de emprego. Actualmente existem mais de 15 plataformas digitais com actualização diária de vagas de emprego, no entanto em termos de maior número de vagas colocadas e notoriedade destacam-se as seguintes:

- <https://emprego.mmo.co.mz/>
- <https://www.emprego.co.mz/>
- <https://www.trovagas.com/>
- <https://emprego.infromoz.com/>
- <https://sovagas.co.mz/>

### 2.4. Análise do Mercado-Alvo

Para uma melhor percepção do mercado-alvo do C.E.P foi realizado um trabalho de auscultação de empresas presentes em Cabo Delgado e de jovens da província.

#### Empresas

Actualmente, o Centro de emprego de Pemba conta com as seguintes empresas como principais parceiras:

- King Man;
- MAC Construções Lda;
- AMT Mozambique Lda;
- FIPAG;
- EDM;
- Montepuez Ruby Mining (MRM);
- Berry Juice Constructioni Lda;
- ABD Construções e Prestação de Serviços Lda.

No âmbito do presente trabalho foram realizados grupos focais e entrevistas individuais a 36 empresas<sup>6</sup> sedeadas em Cabo Delgado, onde foram retiradas as principais conclusões sobre o Centro de Emprego de Pemba e o seu papel:

**a) Empresas que conhecem o C.E.P e já utilizaram os seus serviços:**

- Consideram que, como medida de incentivar as empresas a utilizarem o C.E.P, poderia ser criado um benefício para as mesmas, por exemplo através da premiação com um certificado de “Bom empregador”, ou “Maior empregador PME”, ou “Maior empregador de Mulheres” e que o mesmo seja divulgado ou até que conte como uma mais valia em concursos públicos.
- Consideram que o mesmo deveria conseguir atrair um maior número de candidatos a oferecer às empresas;
- Consideram a “rapidez de resposta” um factor essencial na prestação do serviço de intermediação de emprego e na escolha entre a utilização de uma agência privada de emprego e o serviço público;
- Consideram que a divulgação do C.E.P é ainda deficiente e que os meios de comunicação estão desactualizados em relação às agências ou portais de emprego;
- Consideram a “comunicação pró-activa” e “manutenção de comunicação” importante para que as empresas se lembrem de usar o Centro nos momentos de recrutamento e que a mesma deve ser melhorada;
- Consideram que a imagem física e comunicacional devia ser melhorada;
- As empresas que contrataram através do C.E.P ficaram satisfeitas com os contratados;

**b) Empresas que conhecem o C.E.P., mas nunca usaram os seus serviços:**

- Os principais meios de recrutamento para as empresas inquiridas são o recrutamento por recomendação de conhecidos, no caso das PME's e as agências privadas, no caso das Grandes Empresas
- As PME's justificam que não têm utilizado o serviço do C.E.P para recrutar, pelo facto de não necessitarem de mão-de-obra muito qualificada e ainda pelo facto do recrutamento por recomendação de conhecidos reduzir riscos de más contratações.
- As Grandes Empresas justificam que não têm utilizado o serviço do C.E.P para recrutar, pela fraca capacidade de suprir técnicos com a experiência exigida para a execução de determinados trabalhos e também por uma grande parte deles terceirizar os serviços de gestão de recursos humanos, um serviço que não é fornecido pelo C.E.P.
- Muito embora não sejam utilizadores do serviço público, as empresas consideram um serviço importante para dinamizar o ambiente empresarial, mas sugerem a requalificação do C.E.P. de forma a competir com as agências privadas que neste momento conseguem captar os melhores talentos e fornecer serviços mais dinâmicos para um contexto empresarial em constantes mudanças.

---

<sup>6</sup> Lista de empresas entrevistadas em anexo

- As empresas consideram que o meio ideal para se comunicarem com o centro seria através de uma boa plataforma digital onde as empresas e os candidatos se “encontrem”.

**c) Empresas que não conhecem o Centro de Emprego de Pemba**

- Consideram importante o serviço de emprego público e útil para as empresas;
- Grande maioria das empresas que não conhecem o Centro fazem o recrutamento por meio de recomendação, agências privadas de emprego e redes sociais;

**Candidatos ou Potenciais Candidatos a Emprego**

Na pesquisa dirigida aos jovens de Cabo Delgado<sup>7</sup> foram retiradas as seguintes principais conclusões:

- Dos jovens inquiridos 24.4% encontram-se num vínculo contratual, 46.3% estão actualmente desempregados, mas que já estiveram empregados, 14,6% nunca tiveram emprego e 14.6% estão na fase final dos estudos;
- A grande maioria dos jovens procurou ou procura emprego através de plataformas digitais de emprego;
- As plataformas “emprego.co.mz”, “Mozvagas”, “emprego.mmo”, “Linkedin”, “Trovagas” e “grupos de whatsapp” foram as mais respondidas como as utilizadas pelos jovens para procura de emprego, por esta mesma ordem;
- 8% dos jovens inquiridos indicaram que recorrem também ao centro de emprego no momento de procura de emprego;
- 54% dos inquiridos conhecem o portal de emprego do INEP tendo conhecido o mesmo através de amigos e por pesquisa na internet;
- 22% dos inquiridos conhecem o C.E.Pemba e a maioria conheceu através de amigos;
- 5% dos inquiridos já beneficiaram dos serviços de intermediação de emprego do C.E.;
- A maioria dos inquiridos que conhecem o C.E considera que é importante que aumentem o número de vagas oferecidas pelo mesmo;
- Os inquiridos que conhecem o C.E. consideram que as melhorias na forma de comunicação do C.E. deveriam ocorrer com mais comunicação digital/whatsapp/facebook e com comunicação mais pró-activa, por exemplo partilhando dicas sobre procura e preparação para emprego.

---

<sup>7</sup> Foi realizado um inquérito digital com 41 respostas

## 2.5. Análise SWOT

ÁREA	ANÁLISE INTERNA	
	FORÇAS	FRAQUEZAS
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posições de chefia dinâmicas e conhecedoras do sector;</li> <li>Pessoal técnico jovem, já com alguma experiência do sector mas com vontade de aprender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de Recursos Humanos qualificados nas áreas de Emprego, Psicologia, ITC, Comunicação e Marketing e gestão de dados;</li> </ul>
Marketing e Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de um portal de emprego a nível central, mas que pode ser potenciado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fraca visibilidade do Centro de Emprego junto de quem procura emprego e dos empregadores;</li> <li>Fraca identidade e visibilidade de C.E em termos de divulgação e de “imagem de marca”.</li> <li>Inexistência de modelos de comunicação definidos e de acções pró-ativas tanto iniciais como de acompanhamento, tanto para os candidatos como para as empresas;</li> <li>Necessidade de focar a comunicação em grupos-alvo específicos, por ex. Mulheres jovens, jovens rurais;</li> <li>Necessidade de melhorar e padronizar a comunicação interna e externa.</li> </ul>
Infra-Estruturas e Recursos físicos		<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de meios de transporte para mobilidade dos técnicos, nomeadamente para visitas a empresas;</li> <li>Falta de equipamento informático e necessidade de melhorias da rede de acesso à internet;</li> <li>Necessidade de melhoria das instalações físicas do C.E., tanto para melhores condições de trabalho como para recepção de visitantes.</li> </ul>
Recursos Financeiros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviços gratuitos, facto positivo para a competitividade, mas que dificulta a sustentabilidade financeira do Centro;</li> <li>Algumas parcerias já criadas e com resultados, tanto com empresas como com parceiros financiadores de projectos;</li> <li>Receitas com registos de Agências Privadas de Emprego que revertem para o INEP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inexistência de orçamento específico para o Centro de Emprego;</li> <li>Exiguidade em termos de recursos financeiros.</li> </ul>
Administração e Operação		<ul style="list-style-type: none"> <li>Inexistência protocolos padronizados de atendimento e de prestação de serviços;</li> <li>Número médio anual de intermediações laborais muito reduzido</li> <li>Alguma morosidade na tramitação de processos;</li> <li>Necessidade de modernizar e sistematizar processo de cadastro;</li> <li>Trabalho mais orientado para o candidato e pouco para as empresas;</li> <li>Ausência de uma base de dados integradora;</li> <li>Inexistência de um plano de formação anual conjunto em parceria com o IFPELAC, onde devem constar as</li> </ul>



	<p>necessidades de formação para dar resposta às necessidades de recrutamento das empresas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Necessidade de melhoria digital (criação de base de dados, emails automáticos de contactos com candidatos e empresas, melhoria da presença nas redes sociais e melhoria da atratividade do portal).</li> </ul>
--	---

ÁREA	ANÁLISE EXTERNA	
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<b>Empresas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interesse generalizado no serviço público de emprego se prestado com qualidade;</li> <li>▪ Possível complementaridade das actividades dos Centros de Emprego com as Agências Privadas de Emprego.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agências Privadas de Emprego com maior eficiência;</li> <li>▪ Existência de portais de emprego privados já com alguma notoriedade no mercado.</li> </ul>
<b>Jovens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interesse generalizado no serviço público de emprego se prestado com qualidade;</li> <li>▪ Oportunidade de apostar no portal digital de emprego e nas redes sociais tanto na comunicação como na prestação dos seus serviços, tendo em conta que é a forma mais utilizada pelos jovens na procura por emprego.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inexistência de “subsídio de desemprego” ou de outra prestação social que obrigue ou promova a inscrição de desempregados nos C.E.P.</li> </ul>
<b>Situação Económica, políticos Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criação de Emprego definida como umas das prioridades do Governo de Moçambique</li> <li>▪ Província foco de grandes investimentos e grandes perspectivas de crescimento nos próximos anos;</li> <li>▪ Lei de Conteúdo Local com impacto no crescimento das PME’s da província com consequente criação de emprego.</li> <li>▪ Apoios existentes de parceiros nacionais e internacionais;</li> <li>▪ Proximidade institucional com IFPELAC possibilita o cruzamento de base de dados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Altas taxas de analfabetismo, em particular entre as mulheres;</li> <li>▪ Índice de pobreza elevado;</li> <li>▪ Economia informal com elevado peso na economia;</li> <li>▪ Terrorismo e instabilidade presente em Cabo Delgado com impacto directo na suspensão de alguns mega-projectos da província;</li> <li>▪ Pandemia da COVID-19 com impacto directo na economia do mundo e da província;</li> <li>▪ Recentes mudanças institucionais do INEP ainda em implementação nas províncias.</li> </ul>

## 3. Estratégia de Marketing

### 3.1. Segmentação e Targeting

Os macro segmentos alvos da estratégia de marketing do C.E.P estão entre: Entidades empregadoras, candidatos a emprego e empreendedores. São detalhados no quadro seguinte os respectivos micro segmentos:

ENTIDADES EMPREGADORAS	CANDIDATOS A EMPREGO	EMPREENDEDORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PME's sedeadas em CD</li> <li>• ONG's sedeadas em CD</li> <li>• Sector Público</li> <li>• Novas Empresas criadas em Cabo Delgado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempregados M/H</li> <li>• Jovens M/H à procura de 1º Emprego</li> <li>• Activos/profissionais empregados M/H</li> <li>• Jovens urbanos/rurais M/H</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequenos empreendedores M/H com "saber fazer"</li> <li>• Pequenos empreendedores M/H ainda sem "saber fazer"</li> </ul>

Os diversos segmentos de mercado do C.E.P caracterizam-se da seguinte forma, em termos de expectativas e necessidades:

- Entidades Empregadoras
  - PME's, ONG's e Entidades Públicas sedeadas em CD: Procuram as formas mais eficazes e com melhor custo (monetário e de tempo despendido aos seus recursos humanos internos)/benefício de encontrar recursos humanos disponíveis e que preencham os requisitos das suas vagas; Procuram serviços com facilidade de comunicação; Procuram serviços prestados com rapidez e qualidade; Necessitam de ganhar confiança no prestador de serviços; Caso já utilizem um meio formal de recrutamento necessita de confiança para a mudança ou complementaridade;
  - Novas empresas criadas em CD: Estão facilmente disponíveis para conhecer diversos meios de recrutamento; restantes características similares ao microsegmento anterior;
- Candidatos a emprego M/H
  - Desempregados e Jovens à procura de 1º Emprego: Procuram todas as opções de acesso a emprego no espaço mais curto de tempo possível; Estão disponíveis para formações adicionais caso criem oportunidades de emprego; Utilizam

maioritariamente as redes sociais e plataformas digitais para procura de emprego; Utilizam as redes sociais e a internet como uma das principais fontes de informação; Interessam-se em receber informações e dicas relativas a melhoria de CV's e preparação para entrevistas; Preferência por procedimentos digitais;

- Activos/Profissionais empregados: Procuram vagas mais específicas e direccionadas e com um interesse maioritariamente de médio prazo; Utilizam maioritariamente as redes sociais e plataformas digitais para procura de novo emprego; Utilizam as redes sociais e a internet como uma das principais fontes de informação; Preferência por procedimentos digitais;
  - Jovens urbanos/rurais: Tendo em conta as principais diferenças entre os jovens urbanos e os jovens rurais, nomeadamente ao nível do acesso e fontes de informação utilizadas, na língua de expressão e em questões culturais, o C.E.P. deve ser capaz de conseguir comunicar eficazmente tanto com jovens urbanos como em comunidades rurais. Neste contexto, sempre que se mostrar necessário, os funcionários do Centro devem utilizar a língua local para garantir a melhor transmissão das mensagens aos potenciais utilizadores dos seus serviços. Considerando também as diferenças entre jovens de sexo feminino e masculino, é igualmente importante que o C.E.P. tenha capacidade de comunicar eficazmente com ambos os sexos.
- Empreendedores M/H
    - Pequenos empreendedores com saber fazer: Procuram apoios (financeiros e materiais) e oportunidades para criarem os seus negócios. Os apoios e oportunidades procurados podem ser diferentes entre mulheres e homens.
    - Pequenos empreendedores sem saber fazer: Procuram aprender para poderem criar o seu negócio no futuro; Procuram oportunidades de formação; Procuram apoios (financeiros e materiais) e oportunidades para criarem o seu negócio. A formação, os apoios e as oportunidades procuradas podem ser diferentes entre mulheres e homens.

### 3.2. Posicionamento

No âmbito da nova estratégia de marketing do C.E.P pretende-se que o C.E.P se posicione de forma diferente no *mindset* dos beneficiários, consoante o segmento de mercado onde intervém, procurando um nível de serviço de maior qualidade e que responda às reais necessidades e expectativas de cada segmento.

Tendo em conta a segmentação definida para o C.E.P., para cada segmento o posicionamento a atingir deve ser o seguinte:

- Para as **empresas e demais entidades empregadoras**, o C.E.P. deve garantir acesso a potenciais candidatos em quantidade, qualidade e diversidade. Para tal é importante que a base de dados de candidatos esteja devidamente organizada e gerida e que a actualização e angariação de novos registos na base de dados seja continua. Os meios digitais devem ser

potenciados, sejam redes sociais ou o portal, garantindo um acesso e resposta ágil e rápida aos candidatos que procuram emprego. Confiança, Credibilidade, Eficácia, Eficiência e Profissionalismo são bastante valorizadas por este segmento para este tipo de serviço e o C.E.P. terá como objectivo associar estas características aos seus serviços. A facilidade de comunicação e a criação da figura de “Gestor de Empresas” para as principais empresas empregadoras de Cabo Delgado como figura principal de contacto entre o C.E.P. e a respectiva empresa serão valorizadas por este segmento.

- No caso dos **desempregados de Cabo Delgado**, o C.E.P. deve ir de encontro às expectativas dos mesmos, constituindo-se como a referência para a procura de emprego pelos seus canais. O Centro deve procurar ativamente junto dos principais empregadores de Cabo Delgado ter acesso contínuo às ofertas de trabalho existentes e divulgá-las com celeridade através de meios digitais, nomeadamente o e-mail ou SMS, ou apostando nas redes sociais como forma de chegar mais rapidamente aos desempregados e conseqüentemente dar uma resposta também mais rápida às empresas, (que começam de forma quase imediata a receber contactos de candidatos).
- Para os **jovens à procura de 1º emprego**, o C.E.P. deve ser um elo de ligação efetivo com o mercado de trabalho, proporcionando, em ligação com o IFPELAC e outras entidades de formação, formação prática para jovens de ambos os sexos em áreas comportamentais e em áreas técnicas orientadas para a profissão que pretendem desempenhar, indo assim de encontro às expectativas dos e das jovens. O C.E.P. deve antever junto das empresas e demais entidades empregadoras as necessidades de formação que mais precisam, de forma a orientar os jovens para os tipos de formação adequadas ao mercado. Também este diagnóstico de necessidades de formação deve ser divulgado em plataformas digitais, garantindo que rapidamente têm resposta para a constituição de grupos de formação com vista à futura integração no mercado de trabalho. O arranque destas ações de formação deve ser divulgado junto do tecido empresarial, não só como forma de visibilidade da resposta dada pelo C.E.P., mas também a pensar na colocação futura desses jovens no mercado de trabalho (promoção dos futuros profissionais junto de empresas que os possam vir a contratar).
- Para os **jovens empreendedores**, o C.E.P. deve ser capaz de disponibilizar informação útil sobre oportunidades de negócio na província, fazer a ligação entre os jovens que procuram “saber fazer” e o IFPELAC e outras entidades de formação e conseguir criar projectos públicos e em parceria com doadores de forma a criar oportunidades de apoio à criação de novos negócios.
- No caso dos **ativos/profissionais empregados** o C.E.P. deve ser capaz de ter acesso contínuo às ofertas de trabalho existentes para diversos níveis de escolaridade e experiência profissional, potenciando a evolução profissional e a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos; a mudança de emprego de um ativo empregado deve igualmente ser acompanhada, porque gera uma necessidade de contratação na entidade empregadora que “perde” o ativo, ou seja, gera uma “oferta de emprego” que deve ser recolhida de imediato.

Assim, o novo posicionamento do C.E.P. deve refletir uma abordagem estratégica integrada e mais orientada para o mercado, de modo a que os serviços oferecidos possam ir ao encontro das

expectativas dos destinatários e sejam percebidos pelo mercado como geradores de valor e, assim, possibilitar um retorno para o C.E.P, como um serviço público prestado na área do emprego e empreendedorismo.

### 3.3. Identidade

Tendo em conta visão, missão e valores do INEP e os objectivos e competências do C.E.P, propõe-se a seguinte identidade estratégica para o C.E.P:

#### Visão:

Ser reconhecido como a entidade de referência no sector de Emprego, auto-emprego e empreendedorismo em Cabo Delgado.

#### Missão:

Garantir, sob a orientação dos serviços centrais e provinciais do INEP e em parceria com outras instituições públicas e privadas, a implementação de políticas activas de emprego e auto-emprego na Província de Cabo Delgado, visando a satisfação das necessidades do mercado de trabalho.

#### Valores:

Profissionalismo;

Excelência;

Dinamismo;

Transparência;

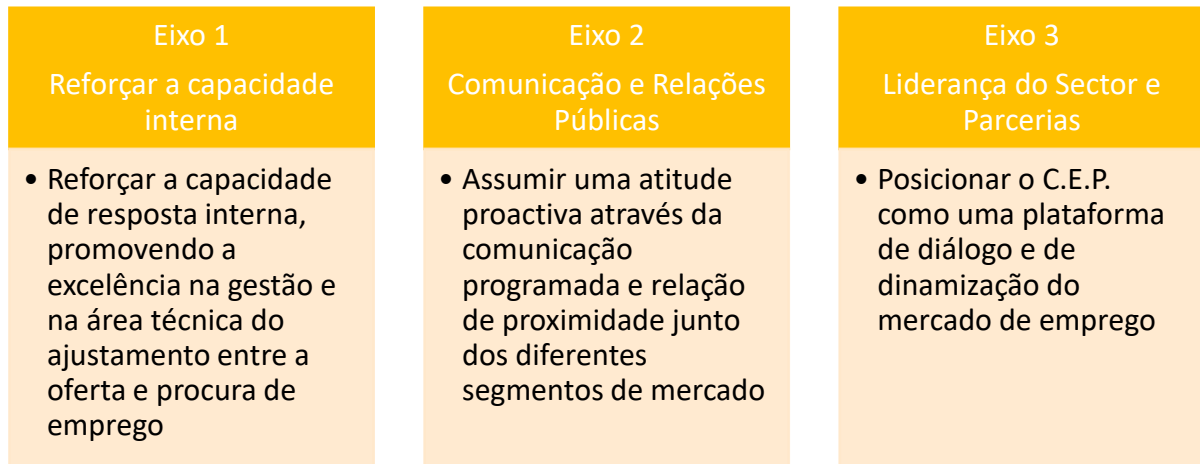
Inovação;

Equidade.

### 3.4. Objectivos Estratégicos

A abordagem estratégica aplicada aos serviços públicos de emprego e sem fins lucrativos justifica-se perante a necessidade de orientar os serviços para o mercado e traduzir-se numa abordagem de intervenção relevante para todas as partes interessadas.

Tendo em conta a missão do INEP e a proposta para o C.E.P, as suas atribuições institucionais e as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que afetam o seu desempenho, é fundamental que a estratégia de intervenção no mercado de Cabo Delgado seja suficientemente efetiva para que o Centro de Emprego possa alcançar a sua visão a médio prazo e assegurar a sua sustentabilidade a longo prazo. Deste modo, propõe-se a organização da estratégia de intervenção do C.E.P. no mercado de Cabo Delgado em torno de 3 eixos estratégicos de marketing.



Os 3 eixos contêm 7 objetivos estratégicos, 33 iniciativas. Os eixos de intervenção complementam-se e assim a excelência na gestão, apoiada pela comunicação programada e o fomento das relações externas e parcerias irá encadear o alinhamento da oferta com as necessidades do mercado, e criar condições para a maximização dos resultados pretendidos pelo C.E.P.

### 3.4.1. EIXO 1 – Reforçar a capacidade interna

Eixo 1 - Reforçar a capacidade de resposta interna, promovendo a excelência na gestão e na área técnica do ajustamento entre a oferta e procura de emprego	
Objectivos Estratégicos	Iniciativas
OE1 - Alinhar a estratégia de intervenção local do C.E.P com a estratégia nacional do INEP	IN1 - Partilhar visão, missão e estratégia do C.E.P com os colaboradores internos e garantir o alinhamento operacional
	IN2 - Participar activamente no ciclo de gestão do INEP e contribuir em tempo com a apresentação de propostas, plano de actividades e orçamentos
OE2 - Aprimorar a competência técnica dos técnicos do C.E.P	IN3 - Organizar acções de formação específica de Técnicos de Emprego para os técnicos do C.E.P
	IN4 - Auscultar os técnicos e preparar um Plano de Formação e Reciclagem dos técnicos do C.E.P noutras áreas a identificar (Informática, entre outras)
	IN5 - Contratar um Técnico de Emprego (TE)
	IN6 - Criar um tutorial de formação técnica para sempre que existam entradas de novos técnicos na equipa do C.E.P (formação via tutorial, com missão, visão, equidade de género e componente técnica)
OE3 - Implementar um programa de qualidade e de melhoria dos serviços internos do C.E.P	IN7 - Elaborar manual de procedimentos interno
	IN8 - Elaborar plano de funções de cada técnico
OE4 - Melhorar as condições físicas e tecnológicas do C.E.P	IN9 - Mudar de instalações para instalações únicas do Centro de Emprego com condições de trabalho e de recepção de utentes
	IN10 - Adquirir computadores para que cada técnico do CEP disponha de um computador de trabalho
	IN11 - Garantir condições de internet no CEP
	IN12 - Adquirir software de gestão de base de dados

A excelência da gestão deriva da natureza do serviço público, do cumprimento dos estatutos e regulamento do INEP e do rigor na utilização dos recursos postos à disposição para o cumprimento com as diretrizes estratégicas do INEP e que resultam da tutela e da política pública. Por sua vez, a melhoria da gestão processual e documental, e os princípios da qualidade no serviço e a melhoria das condições físicas e tecnológicas do C.E.P alimentam qualidade e o aumento da capacidade de resposta.

A excelência na capacidade técnica da equipa garantirá melhores resultados e uma postura de profissionalismo que será reconhecida pelos pares e por todos os que necessitem do serviço público de emprego, traduzindo-se concretamente num aumento da procura dos serviços quer por parte das entidades empregadoras, quer por parte dos jovens desempregados.

### 3.4.2. EIXO 2 – Comunicação e Relações Publicas

Eixo 2 - Assumir uma atitude proactiva através da comunicação programada e relação de proximidade junto dos diferentes segmentos de mercado	
Objectivos Estratégicos	Iniciativas
OE5 - Definir um programa de comunicação proactivo e contínuo com os diferentes públicos alvo interessados	IN13 - Contratar um técnico de comunicação e marketing
	IN14 - Definir 2 técnicos para formar e especializar no contacto com as entidades empregadoras, formando-os em estratégias de marketing
	IN15 - Promover o portal de emprego e melhorar o posicionamento do portal nos principais motores de busca (SEO)
	IN16 - Promover o Centro de Emprego nas redes sociais, numa linguagem simples, apelativa e direccionada aos jovens e com conteúdos virados para os mesmos
	IN17 - Promover o Centro de Emprego junto das entidades empregadoras para angariação de novos registos e manutenção de relação estreita com as mesmas
	IN18 - Promover o Centro de Emprego junto das entidades empregadoras e jovens através da realização de 1 feira de emprego por ano pref. no mês de Janeiro
	IN19 - Criação de Gestores de Empresas para os principais empregadores da província
	IN20 - Estabelecer um contacto privilegiado junto da CTA e outras associações empresariais, com vista à aproximação às empresas
	IN21 - Fazer o levantamento das necessidades de recursos humanos das entidades empregadoras da região



IN22 - Articular com escolas sessões de apresentação dos serviços do Centro de Emprego em períodos de final de anos letivos
IN23 - Criar uma nova base de dados de utentes e entidades empregadoras que facilite o ajustamento entre a oferta e procura de emprego, nomeadamente através de palavras chave que permitam identificar determinadas profissões (ou classificar profissões com designações associadas a cada profissão).
IN24 - Definição de calendário anual de actividades de comunicação e relações públicas
IN25 - Documentar casos de sucesso de colocação de emprego, em particular de mulheres e em parceria com o IFPELAC de formandos/as com colocação ou de empreendedores beneficiários e partilhá-las nos canais de comunicação para promoção de novos utentes, parceiros e financiadores
IN26 - Aproveitar os eventos empresariais provinciais para realizar sessões de divulgação do C.E.P
IN27 - Elaborar catálogo digital e físico de promoção dos serviços do C.E.P tanto para os jovens como para as empresas
IN28 - Criar Dossier Digital de Boas vindas ao jovens registados no C.E.P com informação sobre emprego e do modelo de serviço do C.E.P

A comunicação e as relações com o público-alvo, parceiros, fornecedores e outras partes interessadas no sector do emprego requerem consistência e frequência pelo que é preciso dotar o C.E.P. de instrumentos, diretrizes, processos e conteúdos para que a relação com as partes seja gradualmente melhorada e aproximada. Tendo em conta o diagnóstico realizado aos diferentes segmentos, identificou-se que a comunicação digital é a mais utilizada pelos jovens actualmente e espera-se que assim continue e aumente a tendência nos próximos anos, pelo que esse mesmo canal deve ser dinamizado na comunicação com os jovens através do aproveitamento do website e plataforma de emprego já existente e da criação de conteúdos e comunicação frequente nas redes sociais. Do lado das empresas, a utilização de eventos empresariais e ligações com associações empresarias para a divulgação o C.E.P. e a criação da figura de Gestor de Empresas para as principais empregadoras da província e a comunicação programada e frequente facilitam a manutenção da procura pelos serviços do C.E.P por parte das empresas e a manter as partes interessadas e parceiros envolvidos com a agenda e os resultados.

### 3.4.3. EIXO 3 – Liderança do Sector e parcerias

Eixo 3 - Posicionar o C.E.P. como uma plataforma de diálogo e de dinamização do mercado de emprego	
Objectivos Estratégicos	Iniciativas
OE6 - Organizar uma plataforma de diálogo estruturado (entre as principais partes interessadas provinciais) para criar consensos sobre o foco, as prioridades e as oportunidades para aumentar o emprego em Cabo Delgado	IN29 - Identificar áreas estratégicas (Construção, Turismo, Petróleo&Gás, etc) e de foco em torno dos quais a agenda do C.E.P deve ser desenvolvida assim como das acções conjuntas e específicas para serem realizadas em conjunto com os parceiros
OE7 - Criar parcerias estratégicas de alargamento da base de dados de registos e de Co-financiamento de capacitação institucional, iniciativas e projectos	IN30 - Criar parcerias com as agências privadas de emprego localizadas na província de forma a que sejam parceiras e não concorrentes
	IN31 - Criar parcerias de promoção com as principais entidades públicas ligas às empresas (IPEME, BAU, etc)
	IN32 - Criar parceria com o CTA para inclusão de informação nas comunicações da CTA na província
	IN33 - Manter os existentes e procurar novos parceiros co-financiadores de capacitação institucional, iniciativas e projectos

A dimensão da procura e o problema da empregabilidade dos jovens em Cabo Delgado ultrapassa largamente a capacidade de resposta individual do C.E.P, no entanto, tratando-se de um serviço público dotado de recursos e competências para implementar políticas ativas e passivas de emprego, é no âmbito da sua missão que se propõe que o C.E.P assuma o papel de uma plataforma de diálogo do mercado de emprego da província que junte todas as entidades interessadas e intervenientes no sector tanto do sector público como do privado. Esse papel central de plataforma do sector irá facilitar a criação e manutenção de parcerias estratégicas que beneficiem não só a capacidade institucional do C.E.P. como criem projectos e apoios para os candidatos a emprego e para os empreendedores.

## 4. Marketing-Mix

Tendo em conta que o C.E.P presta um serviço, no presente plano irá trabalhar-se a estratégia nos vários elementos do marketing-mix utilizando a sua composição mais moderna para serviços, composta por 7 “P”s: Produto, Preço, Distribuição, Promoção, Pessoas, Processos e Evidências Físicas.

Neste contexto serão organizadas as várias componentes do marketing-mix e proposto um plano de acções de melhoria de cada uma delas, de forma a que, com base no diagnóstico realizado e de forma integrada nos objectivos estratégicos definidos, o marketing-mix do C.E.P. seja adequado para o alcance dos objectivos definidos.

### 4.1. Produto

Os serviços a prestar pelo C.E.P aos seus vários públicos-alvo são os seguintes:

ENTIDADES EMPREGADORAS	CANDIDATOS A EMPREGO	EMPREENDEDORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura por trabalhadores ou estagiários</li> <li>• Diagnóstico de necessidades de formação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura por emprego ou estágio</li> <li>• Informação sobre acesso ao mercado de emprego</li> <li>• Informação sobre áreas de formação requeridas pelas entidades empregadoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kit's de autoemprego</li> <li>• Informação útil para empreendedores</li> </ul>

De acordo com o diagnóstico realizado, os serviços assinalados a verde na tabela acima, não são actualmente prestados e são do interesse dos respectivos públicos-alvo. Os novos serviços identificados criam, não só, um maior interesse por parte dos potenciais utentes do C.E.P., mas ao mesmo tempo funcionam como veículos de promoção e de retenção de utentes. Detalha-se de seguida cada um dos serviços a prestar e o modelo em que devem ser prestados:

**Para entidades empregadoras:**

- Procura por trabalhadores ou estagiários:
  - Por utilização directa das empresas do portal de emprego do INEP;
  - Por envio/entrega do pedido por parte da empresa para o C.E.P. com o perfil desejado e informação sobre a vaga. Os técnicos do C.E.P. cruzam posteriormente o perfil desejado com a base de dados de candidatos a emprego e enviam o resultado para a empresa que continua o processo de recrutamento (entrevista e seleção);
  - Os técnicos do C.E.P. acompanham o processo de seleção para avaliarem o processo e obterem o feedback da entidade empregadora sobre quem foi selecionado e a sua própria avaliação do trabalho realizado (apenas assim poderá ser criada a ligação desejada junto do tecido económico).
- Diagnóstico de necessidades de formação
  - Os técnicos de C.E.P. enviam documento digital às entidades empregadoras (inquérito em “*google forms*”, por exemplo), simples e sucinto, garantindo assim um maior número de respostas por parte das entidades. A figura abaixo apresenta uma sugestão (a identificação do formulário deve conter apenas o nome da entidade e o NUIT).
  - São avaliadas as necessidades de contratação e as áreas profissionais, que serão transmitidas aos IFPELAC e darão origem (sempre que possível) ao desenvolvimento de ações de formação “à medida” das necessidades das empresas. Estas necessidades podem igualmente ser divulgadas junto dos jovens como sendo áreas com perspectivas de contratação.
  - Em caso de dúvidas sobre algumas áreas de formação, a entidade é contactada por telefone ou agendada visita presencial.
  - O portal e as redes sociais são atualizados com esta informação, no sentido de orientar os jovens na procura de emprego.

A utilização directa do portal de emprego deve ser priorizada e promovida, por ser mais eficiente, no entanto deve também utilizar-se o modelo alternativo de forma a disponibilizar o mesmo serviço para empresas que não consigam utilizar o portal ou para empresas que requeiram um serviço de proximidade ou com um maior número de ofertas

Em qualquer um dos modelos utilizados, deve ser solicitado à empresa que informe o C.E.P. do resultado final do processo de recrutamento de forma a que o C.E.P. consiga actualizar as suas bases de dados bem como manter os seus registos de intermediações de emprego com sucesso.

#### **Para candidatos a emprego:**

- Procura por emprego ou estágio:
  - Por utilização directa dos candidatos do portal de emprego do INEP;
  - Por registo do perfil no C.E.P. por parte do candidato. Os técnicos do C.E.P. cruzam posteriormente o perfil desejado com a base de dados de vagas de emprego existentes e enviam o perfil do candidato para a empresa que continua o processo de recrutamento e

a informação para o candidato de que foi enviado o seu perfil para uma empresa com determinada vaga;

- Informação sobre acesso ao mercado de emprego:
  - A disponibilização de informação sobre o mercado de emprego é um serviço que torna mais atractivo o serviço geral do C.E.P. aos candidatos a emprego e que pelo diagnóstico é valorizada por este público-alvo. Os técnicos do C.E.P. com um trabalho de procura por informação e solicitações a parceiros público-privados (CTA, IFPELAC, ADIN, entre outros) podem juntar um conjunto de informação tipificada com actualizações periódicas sobre os seguintes temas: áreas de formação mais procuradas na província, novos investimentos na província, optimização de CV's, comportamentos em entrevistas, novas aptidões importantes, entre outras. Esta informação deve ser partilhada com os candidatos a emprego quando se registam no C.E.P. e sempre que forem actualizada aos candidatos já registados.
- Informação sobre áreas de formação requeridas pelas entidades empregadoras:
  - Tendo por base o levantamento efetuado por inquérito (referido acima), são divulgadas através de meios digitais, newsletter e panfletos (a colocar na área de "auto-procura" e em locais frequentados por jovens, como escolas, associações, clubes de mulheres, clubes desportivos, etc) as áreas de formação com perspectivas de empregabilidade, revelando também as *skills* necessárias ao mercado de trabalho. Desta forma garante-se um ajustamento entre a procura e oferta, facilita-se a colocação em emprego e é dada resposta às entidades empregadoras. Este trabalho é de extrema relevância para melhorar a imagem e confiança nos serviços prestados pelo C.E.P., seja por parte das entidades, seja por parte dos jovens.
  - Aconselhamento dos jovens de forma presencial ou à distância relativamente às áreas com maior empregabilidade e distritos.
  - Informação e preparação das lideranças femininas nas comunidades e bairros sobre o C.E.P. bem como sobre oportunidades de emprego, ações de formação e processos de candidatura.
  - Encaminhamento dos jovens para as ações de formação que possam ser desenvolvidas nas áreas de maior empregabilidade, avaliando a sua motivação, interesse e competências base já detidas.

#### **Para empreendedores:**

- **Kit's de autoemprego:**
  - Têm o seu modelo já definido
- **Informação útil para empreendedores:**
  - A disponibilização de informação sobre criação e gestão de negócios é um serviço que torna mais atractivo o serviço geral do C.E.P. aos empreendedores e que pelo diagnóstico é valorizada por este público-alvo. Os técnicos do C.E.P. com um trabalho de procura por

informação e solicitações a parceiros público-privados (IPEME, BAU, entre outros) podem juntar um conjunto de informação tipificada com actualizações periódicas sobre os seguintes temas: Formalização e Legalização de empresas, Gestão de PME's, Instrumentos de Gestão, Entidades públicas e privadas úteis para os empreendedores, sobre criação e gestão de negócios, apoios, financiamentos e oportunidades de negócio entre outras. Esta informação deve ser partilhada com os empreendedores quando se registam no C.E.P. e sempre que forem actualizada aos empreendedores já registados.

Para a nova estratégia de produtos do C.E.P o mesmo deve realizar as seguintes acções:

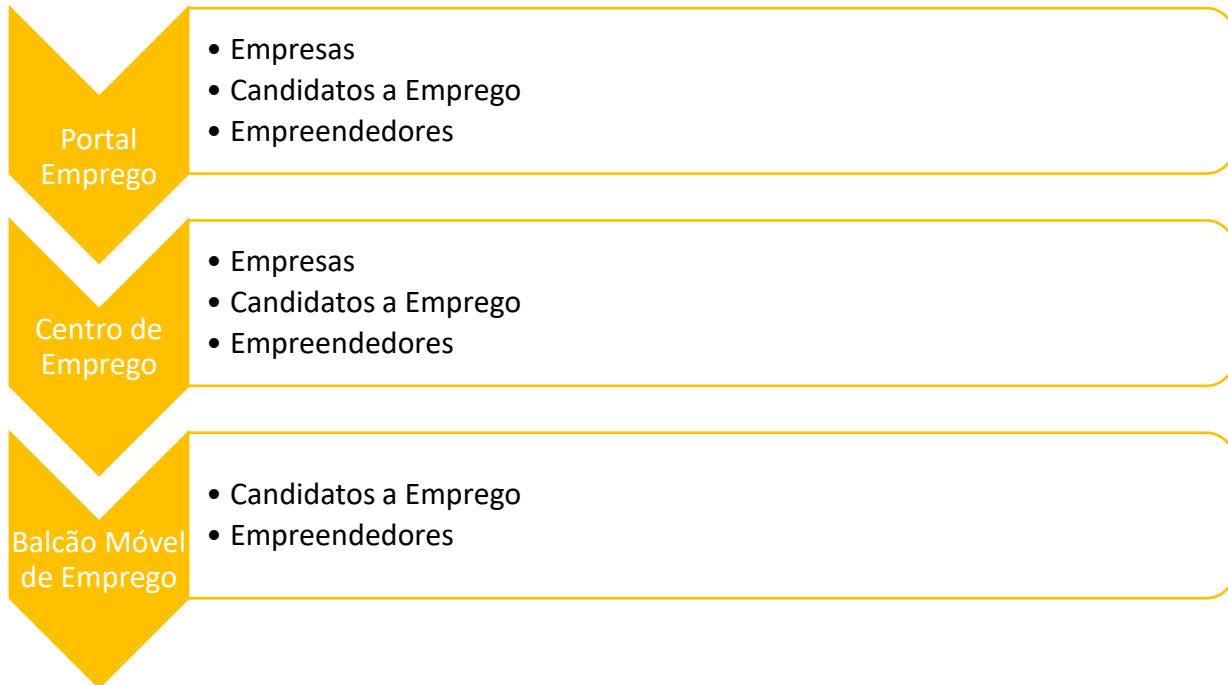
Objectivo	Acção	Responsável
Melhorar o serviço para empresas e candidatos a emprego	Melhorar as funcionalidades da plataforma de emprego do INEP e promovê-la	Em coordenação com o INEP e com o fornecedor
Melhorar o serviço para empresas	Criar modelos de diagnóstico de necessidades para as empresas	Equipa técnica do C.E.P
Melhorar o serviço para candidatos a emprego	Criar, organizar e actualizar uma base de dados de candidatos e vagas	Equipa técnica do C.E.P com um fornecedor de serviços de IT
Melhorar o serviço para candidatos a emprego	Reunir e organizar um pacote de informação sobre acesso ao mercado de emprego	Equipa técnica do C.E.P
Melhorar o serviço para candidatos a emprego	Informar os candidatos a emprego sobre os resultados actualizados dos diagnósticos de necessidades das empresas	Fornecedor de Serviços de IT/Marketing
Melhorar o serviço para empreendedores	Reunir e organizar um pacote de informação sobre empreendedorismo	Equipa técnica do C.E.P

## 4.2. Preço

Pela sua natureza e regulamentos, os serviços de emprego prestados pelo C.E.P. são gratuitos, pelo que não se abordam estratégias de preço neste Plano de Marketing. No ponto 6 onde se aborda o Plano de Investimento e Orçamento propõe-se apenas estratégias de financiamento para o Plano de Marketing e que contribuam para a sustentabilidade financeira do C.E.P.

## 4.3. Distribuição

Os principais canais de distribuição do C.E.P e seus respectivos objectivos de alcance são:



De forma a que a prestação de serviços e a sua entrega aos respectivos públicos-alvo seja eficiente e aumente a sua qualidade, detalha-se de seguida cada um dos canais de distribuição e acções para que as mesmas se alinhem com a estratégia definida:

- Portal Empleo (<http://emplego.inep.gov.mz:8080/public/hom>)

A Plataforma Digital de Empleo do INEP deve ser promovida e bem posicionada no mercado, uma vez que actualmente tanto os jovens como as empresas recorrem preferencialmente a plataformas digitais para procura e oferta de emprego respectivamente. As principais características de uma plataforma de emprego devem ser a facilidade de utilização e a actualização e alimentação da mesma com novas ofertas e novos candidatos. Tendo em conta a existência de diversas plataformas de emprego no país, o INEP deve otimizar o posicionamento do portal nos principais motores de busca através das principais palavras-chave (emplego, empleo moçambique, job, entre outras), uma vez que neste momento se encontra mal posicionada. Para além disso, o C.E.P. deve promover a plataforma em todos os seus canais e instrumentos de comunicação e promoção e nos momentos de registo tanto de empresas como de candidatos a emprego. Estas acções apenas terão efeito se o serviço de manutenção e BackOffice da plataforma for devidamente garantido, pelo que é necessário garantir com o fornecedor que tal acontece.

- Centro de Empleo (Espaço Físico) e interligação com outros Centros de Empleo do país

O escritório do Centro de Empleo deve funcionar como a cara do C.E.P e as suas condições de recepção ao público devem acompanhar a estratégia de marketing definida. Propostas de acções de melhoria do espaço físico do centro de emprego serão detalhadas no ponto 4.7 – Evidências Físicas.

Em relação ao modelo de interligação com os restantes Centros de Emprego do país, os Centros de Emprego devem estar ligados em termos informáticos, ou seja, deve ser utilizado o mesmo software de gestão que permita uma fácil partilha de dados, bem como devem ser realizadas reuniões conjuntas onde são partilhados planos, boas práticas, experiências e dificuldades. Para todos os efeitos, a resposta dada pelos Centros de Emprego do país deve ser idêntica e ser vista em unidade, garantindo uniformidade de procedimentos, registos e informações prestadas. Neste âmbito, tendo em conta o Plano aqui desenvolvido para o C.E.P., sugere-se que o Plano de Marketing do Centro de Emprego de Pemba seja visto como um projeto piloto e que depois de implementado e avaliado seja replicado nos restantes serviços, garantindo o profissionalismo, a isenção e a ética necessárias num serviço público.

Em relação aos registos de candidatos a emprego nos diferentes Centros de Emprego, as inscrições devem ficar afetas à área de residência do candidato, pelo que se o candidato muda de residência, a sua inscrição deverá ser exportada para o serviço de emprego da residência, para que a resposta em matéria de emprego e/ou formação sejam próximos de si.

- Balcão Móvel de Emprego

Este Balcão pretende, como a designação indica, aproximar os serviços públicos de emprego dos cidadãos localizados nas zonas mais rurais da província e desconcentrar os mesmos, nas vertentes do apoio aos jovens na informação e orientação profissional, divulgação das medidas de emprego e empreendedorismo e informação sobre o mercado de emprego em geral (profissões e oportunidades de emprego em Cabo Delgado).

O Balcão Móvel deve programar, coordenar e promover as suas visitas aos diferentes distritos com as autoridades locais de forma a que a sua visita seja previamente conhecida pelos jovens dos respectivos locais de visitas e de que o Balcão Móvel seja apoiado pelas autoridades locais, nomeadamente em relação ao espaço onde o Balcão Móvel deve ser posicionado e prestado o respectivo serviço.

O Balcão Móvel deve disponibilizar informação de auto-procura e de informação, incluindo folhetos com histórias de sucesso de jovens mulheres empreendedoras e/ou candidatas e/ou empregadas,

O Balcão Móvel de Emprego deve ser composto pelos seguintes itens:

- Uma viatura, tipo carrinha, adaptada aos terrenos existentes na província que pode ser usada também para visitas a empresas;
- Duas mesas dobráveis;
- 4 Cadeiras dobráveis;
- 2 Banners do INEP/Centro de Emprego;
- Formulários do Centro de Emprego para diversos procedimentos;
- Biblioteca de informação de Emprego;
- 2 Laptops;
- Modem de Internet móvel.





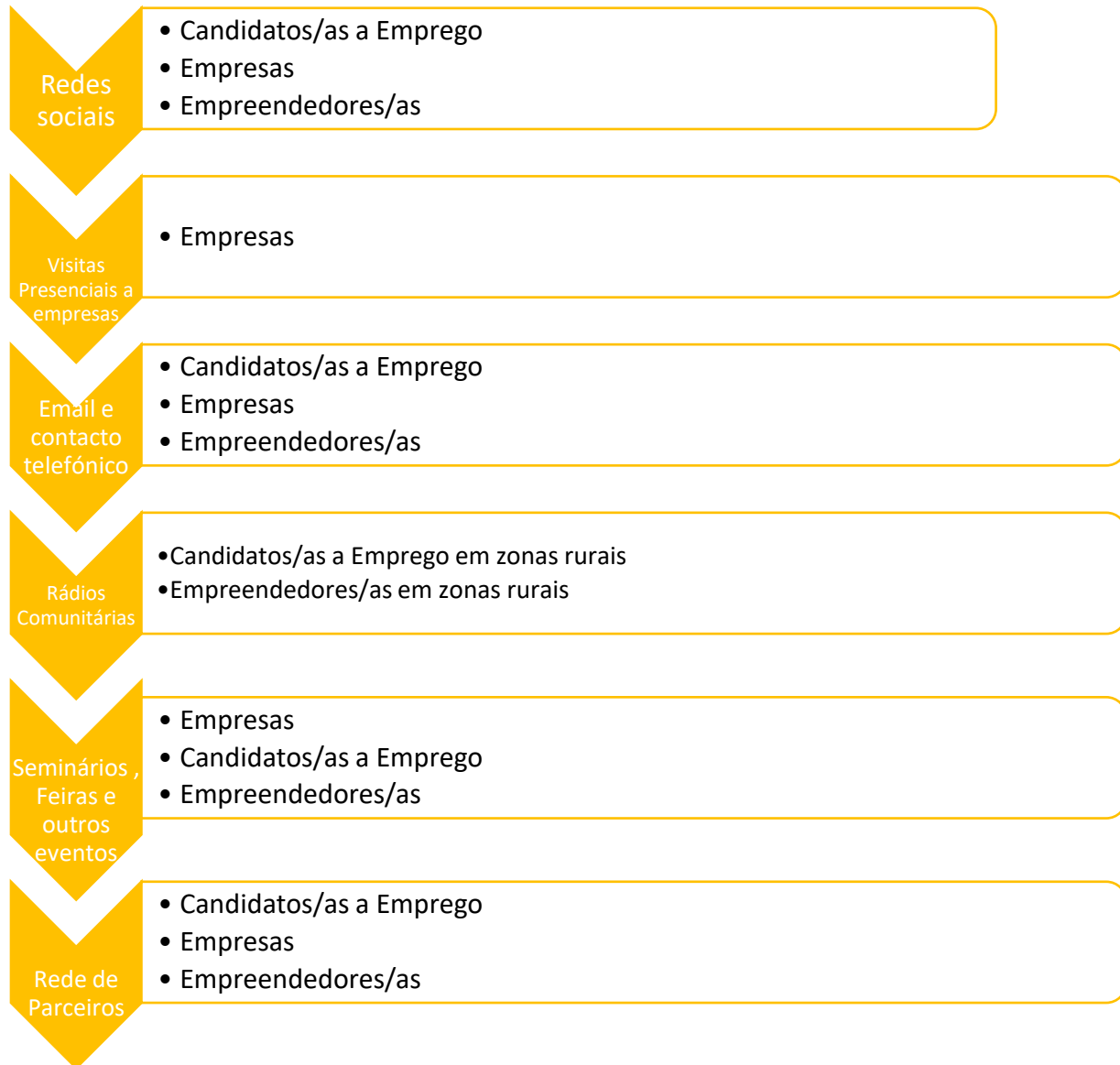
Para a nova estratégia de distribuição do C.E.P, o mesmo deve realizar as seguintes acções:

Objectivo	Acção	Responsável
Aumentar a utilização do Portal Emprego do INEP	Optimizar o posicionamento do portal nos principais motores de busca (SEO)	Fornecedor de Serviços de IT/Marketing
	Promover o Portal nos restantes canais de distribuição e comunicação, incluindo os canais tradicionais (escolas, associações, clubes desportivos, igrejas)	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Garantir o serviço de manutenção do Portal	Em coordenação com o INEP e com o fornecedor
Padronizar procedimentos de atendimento no C.E.P	Definir e aplicar um procedimento para atendimento e de fluxo operacional	Equipa técnica do C.E.P
	Modernizar e padronizar todos os formulários a preencher por visitantes	Equipa técnica do C.E.P
	Definir o modelo de arquivo e de manutenção de registos físicos e digitais	Equipa técnica do C.E.P
	Interligar informaticamente os Centros de Emprego do País e realizar reuniões de partilha de informação	Equipa técnica do C.E.P
Estruturar o Serviço Móvel de Emprego	Adquirir e decorar Viatura	Direcção do Centro/INEP
	Adquirir equipamentos para Balcão Móvel de Emprego	Direcção do Centro/INEP
	Definir Plano anual de Visitas ao diferentes distritos de Cabo Delgado	Equipa técnica do C.E.P

#### 4.4. Promoção

A promoção do C.E.P. tem como principal objetivo divulgar os seus serviços e a sua imagem de forma a aumentar a procura pelos seus serviços. A estratégia de promoção e comunicação permite assim dar a conhecer os serviços do C.E.P., aumentar a sua notoriedade, confiança e induzir a necessidade de utilização dos seus serviços ao seu público alvo (fidelizar clientes).

Para além do Portal de Emprego, do espaço físico do Centro de Emprego e do Balcão Móvel de Emprego, que são canais de distribuição e promoção simultaneamente e foram abordados no ponto anterior, os restantes canais de promoção do C.E.P. e seus respectivos objectivos de alcance são:



- Redes Sociais

As redes sociais são amplamente utilizadas nos dias de hoje quer pelas empresas quer pelos jovens e empreendedores. Como tal o C.E.P. deve estar presente de forma consistente nas redes sociais, como canal de comunicação.

O Facebook é ainda hoje uma das principais redes sociais utilizadas pelos jovens em idade de procura de emprego, pelo que o C.E.P deve criar uma página independente do INEP com os seguintes objectivos: angariação de novos registos de candidatos e emprego e empreendedores, divulgação dos serviços do C.E.P, comunicação com os candidatos e empreendedores já registados e aumento de notoriedade do C.E.P. À página do Facebook pode ser associada uma conta de Instagram que partilhe os conteúdos da mesma nessa rede social. A página a criar deve prestar ampla atenção às oportunidades de emprego e de formação para mulheres.

O LinkedIn é uma das redes sociais mais utilizadas por empresas pelo que se propõe que o C.E.P. crie também um perfil nesta rede social com os seguintes objectivos: angariação de novos registos de empresas, divulgação dos serviços do C.E.P., comunicação com as empresas já registadas e aumento de notoriedade do C.E.P.

O Whatsapp é também uma outra rede social utilizada por jovens e que, apesar de requerer uma gestão mais dispendiosa em termos de tempo, é também já utilizada como canal de comunicação por várias entidades. No curto prazo, o C.E.P. pode começar por criar uma conta, divulgar como canal de comunicação e pedir a inclusão nos principais grupos de empreendedorismo, empresariais e de representações juvenis para poder promover os serviços do C.E.P e divulgar o mesmo.

A presença nas redes sociais para ter retorno, necessita de uma actualização constante pelo que a eficiência da mesma está dependente da possibilidade de poder alocar um técnico para o efeito. Por essa razão, propõe-se que o técnico de comunicação e marketing que se propõe contratar, tenha a responsabilidade de, entre outras tarefas, gerir as redes sociais do C.E.P.

- Visitas presenciais a empresas

As visitas presenciais a empresas são uma forma proactiva de dar a conhecer o C.E.P. e os seus serviços às empresas de Cabo Delgado. As visitas às empresas devem ser planeadas e registadas de forma a se ir cobrindo num espaço de tempo um número significativo de empresas. O planeamento pode ser realizado, por exemplo, por sectores de negócio, dando prioridade aqueles para os quais existam mais candidatos a emprego registados no C.E.P. A mensagem a passar nas visitas às empresas deve ser planeada e uniforme e a mesma deve ser definida previamente e informada aos técnicos responsáveis pelas visitas. As visitas devem resultar num relatório com os dados obtidos e devidamente registados para acompanhamento futuro. Este trabalho visa acima de tudo criar laços com as empresas, fidelizando-as e acompanhando-as no seu negócio, pelo que, mesmo quando aparentemente não há nada para “vender”, a visita serve como manutenção da relação. Frequentemente ouvir e partilhar as preocupações com os empresários é meio caminho para que este se recorde dos serviços quando necessitar de apoio na contratação de mão-de-obra. Acima de tudo, as visitas têm como objetivo criar uma rede para trabalhar em parceria, a todo e qualquer momento.

- Email e contacto telefónico

O email e o contacto telefónico devem ser canais utilizados pelo C.E.P para um primeiro contacto com empresas e para contactos com jovens já registados no C.E.P.

A parceria com a CTA, pode possibilitar um conjunto de contactos de empresas com as quais se poderá realizar marcação de visitas (as primeiras poderão mesmo ser conjuntas), divulgação do C.E.P, obtenção de novos registo ou o encaminhamento para outros canais de comunicação do C.E.P. O email deve ser priorizado para o envio de informações às empresas. É importante que seja organizada e actualizada uma base de dados com contactos telefónicos e de e-mail das empresas e de candidatos.

As entidades empregadoras devem ter uma linha de atendimento prioritário, reduzindo a um mínimo o tempo de espera. Alternativamente podem deixar na área de auto-procura um pedido de contacto (formulário simples a disponibilizar) ou ter acesso aos contactos do gestor de empresas, para que possam vir a contactá-lo via email ou telefone, de forma mais expedita e direta.

Deve ser desenvolvida também um newsletter trimestral, que informe os parceiros e utentes dos principais resultados do trabalho do C.E.P. e de notícias importantes do mercado de emprego em Cabo Delgado para ser distribuída por email. Poderá igualmente ser impressa e disponibilizada em locais chave, como o CTA e as escolas.

- Rádios Comunitárias

As rádios comunitárias são um dos veículos de maior acesso em território nacional e transmitem informações de utilidade pública ajustadas a necessidades locais e em língua local, tornando-se um veículo de extrema importância em qualquer comunicação segmentada. Actualmente, existem em Cabo Delgado pelo menos 10 Rádios Comunitárias<sup>8</sup>. A abordagem com as rádios comunitárias deve priorizar a compra de espaço comercial para promoção dos serviços do C.E.P. e promoção de visitas do Balcão Móvel de Emprego aos respectivos distritos, mas também a difusão do conteúdo nos programas de informação da grelha em curso, debates sobre o tema e entrevistas a jovens beneficiados pelo serviço do C.E.P.

- Seminários, Feiras, sessões de informação e Outros eventos

A realização e participação em seminários ligados ao sector do emprego e ao sector empresarial podem ser aproveitadas pelo C.E.P para angariar novos registos e promover os seus serviços. A organização de uma feira de emprego provincial e duas distritais por ano possibilitará que se junte no mesmo evento empresas e jovens candidatos a emprego e ao mesmo tempo possibilita a obtenção de novos registos e a divulgação dos serviços do C.E.P. A realização de eventos de apresentação em escolas para os alunos finalistas deve também ser potenciada.

---

8

<https://www.caicc.org.mz/index.php/component/jbusinessdirectory/?controller=search&view=search&categoryId=11> – CAICC-Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária

O C.E.P deve ainda realizar sessões informativas dirigidas para grupos específicos, tais como mulheres jovens, mulheres chefes de família e pessoas com deficiências, explorando para tal organizações femininas comunitárias, igrejas, centros de alfabetização entre outros.

Podem ainda ser realizadas pequenas sessões de informação on-line, em formato *webinar*, a partilhar nas redes sociais, sobre matérias relevantes para empresas ou jovens. Este tipo de abordagem dará a conhecer o C.E.P e fará com que seja considerado uma entidade de referência em serviços relacionados com o apoio às empresas e jovens. Mesmo existindo temas que não sejam da exclusiva responsabilidade do C.E.P, podem convidar-se oradores para falarem sobre assuntos que percebemos que preocupam empresas ou jovens, começando essas sessões com uma breve apresentação do C.E.P. Estes *webinars* / sessões devem ser curtos (duração máxima de 20 minutos).

- Rede de Parceiros

O C.E.P deve aproveitar outras entidades públicas e privadas que possam apoiar o C.E.P na sua divulgação e dessa forma tornar os parceiros em mais um canal de comunicação. No sector privado, a relação com a CTA deve ser estreitada de forma a que divulgue o C.E.P junto dos seus associados, permita a presença do C.E.P em determinados eventos nos quais se possa divulgar, figure nas informações úteis a empresas, entre outros. No sector público, o IPEME e o BAU podem ser parceiros de interesse para o C.E.P pelo público alvo similar. O IPEME como Instituto de Apoio às PME's, pode divulgar e informar os pequenos e médios empresários dos serviços do C.E.P e o BAU pode também no acto de criação de novas empresas, divulgar os serviços do C.E.P.

A ligação às empresas de trabalho temporário é igualmente importante, para que estas identifiquem o C.E.P como um parceiro e não como um concorrente. Desta forma, poderão recorrer elas próprias aos serviços do C.E.P em momentos de dificuldades de recrutamento. Poderá mesmo sugerir-se a divulgação das suas ofertas de emprego no C.E.P uma vez que, em última análise, podem ser conseguidas colocações de jovens desempregados nessas vagas.

Para além disso o C.E.P. deve continuar a sua procura por parceiros co-financiadores de projectos e de apoio à sua capacitação institucional promovendo a sua nova estratégia e divulgando de forma profissional casos de sucesso.

De forma transversal a todos os canais de promoção a utilizar pelo C.E.P, para uma promoção eficiente e planeada é importante que seja também trabalhada a renovação da marca do C.E.P e as mensagens-chave a passar para o público alvo, da seguinte forma:

- Renovação da Marca

A concepção de uma imagem comum e identitária (*branding*) para a comunicação do C.E.P. é fundamental para utilizar nas acções e nos canais de promoção desenvolvidas. De forma a implementar o seu novo Plano de Marketing e demarcar as alterações da nova estratégia, é importante fazer uma renovação da marca do C.E.P. A renovação da marca deve consistir na criação de um Logotipo moderno (incluído neste

plano), apelativo e que vá de encontro à Missão, Visão e Valores do C.E.P e na criação de uma identidade de marca que se aplique a todo os instrumentos de comunicação do C.E.P. A Renovação da marca quando posta em prática deve ser devidamente informada ao mercado nos diversos canais de promoção. Tendo em conta que a estratégia do INEP é promover a imagem do INEP nos centros de emprego, o logotipo do Centro de Emprego deve ser utilizado juntamente com o do INEP.

- Mensagem-Chave

As mensagens chave que o C.E.P. deve passar nas suas ações de promoção ao seu público-alvo, com a implementação da presente estratégia são:

O promotor do emprego e auto-emprego em Cabo Delgado

O interlocutor do mercado de emprego em Cabo Delgado

Facilidade e simplicidade no acesso à informação

Serviço público de emprego de proximidade às empresas

Parceiro dos jovens de Cabo Delgado na procura por oportunidades de emprego

- Instrumentos de Promoção

Para que a estratégia de promoção chegue aos diversos público-alvo do C.E.P, deverão ser criados a partir de todas as componentes da estratégia de marketing do C.E.P. instrumentos de promoção que serão utilizados nos diversos canais, nomeadamente:

- Brochura de apresentação de serviços;
- *Roll-up*;

- Estacionário (Cartões de Visita, Papel Timbrado e envelopes timbrados);
- Vídeo de apresentação com testemunhos de casos de sucesso;
- Newsletter periódica;

Os instrumentos propostos devem ser produzidos também em versões nas principais línguas locais e todos os instrumentos de comunicação devem transmitir a igualdade de género.

Para a nova estratégia de promoção do C.E.P, o mesmo deve realizar as seguintes acções:

Objectivo	Acção	Responsável
Melhorar a presença do C.E.P. nas redes sociais	Criar e gerir uma página no Facebook e no Instagram do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Criar e gerir uma página no LinkedIn do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Criar e gerir uma conta de Whatsapp do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
Organizar e aumentar a frequência das visitas a empresas	Planear mensalmente/trimestralmente visitas a empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Definir e padronizar o teor e mensagem a passar nas visitas a empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Produzir e manter registos dos relatórios das visitas a empresas para seguimento	Equipa técnica do C.E.P
Organizar e aumentar a frequência de comunicações por email e contacto telefónico	Organizar uma base de dados com contactos telefónicos e lista de emails de empresas já registadas e de potenciais utilizadoras e ainda de candidatos	Equipa técnica do C.E.P
	Criar uma linha de atendimento prioritária para empresas	Equipa técnica do C.E.P
	Planear envio de informações importantes para empresas por email	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Criar uma newsletter trimestral	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
Promover e Divulgar o C.E.P junto dos jovens rurais através das rádios comunitárias	Criar Spots de Divulgação do C.E.P nas principais línguas locais da Província, prestando atenção à igualdade de género.	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Articulação e Veiculação de spots em Rádios Comunitárias	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg

	Divulgação das visitas do Balcão Móvel de Emprego nas Rádios Comunitárias	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
Aumentar frequência participação eventos	Participar em seminários e eventos empresarias e apresentar o C.E.P. nos mesmos	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Organizar uma feira provincial de emprego por ano	Equipa técnica do C.E.P
	Realizar eventos de apresentação em escolas para alunos finalistas	Equipa técnica do C.E.P
Alargar e potenciar a rede de parceiros	Criar parcerias com outras entidades públicas e privadas para promoção do C.E.P.	Director do Centro
	Promover-se junto de potenciais co-financiadores de projectos e de apoio à sua capacitação institucional promovendo a sua nova estratégia e divulgando de forma profissional casos de sucesso.	Director do Centro
Renovar a marca do C.E.P	Aprovar o logotipo do C.E.P.	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Informar o público-alvo da nova marca pelos diversos canais de promoção	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Incluir as mensagens-chave nos instrumentos e acções de comunicação do C.E.P.	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg e Fornecedores externos
	Produzir instrumentos de promoção em português e nas principais línguas locais para utilizar nos diversos meios	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg e Fornecedores externos

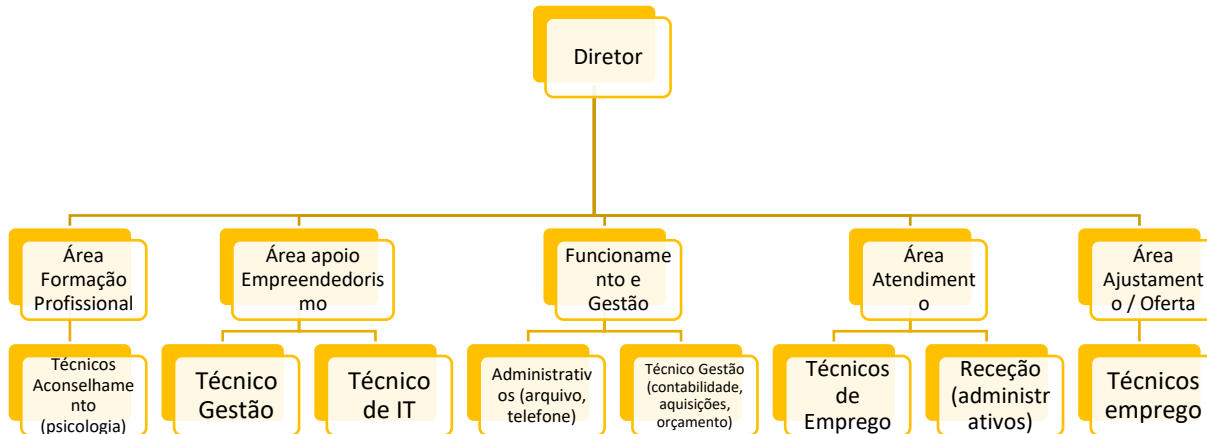
## 4.5. Pessoas

Um serviço público de emprego deve ter uma equipa constituída por técnicos de emprego, bem como psicólogos e pessoas na área de gestão. A área administrativa é ainda uma área relevante. Deve ser preocupação da direcção do C.E.P. promover o equilíbrio de género ao nível da equipa técnica por forma a que haja uma representação feminina em todas as áreas técnicas (e não só na administração).

A dimensão da equipa poderá ser definida em função da área geográfica abrangida e do número de inscritos, considerando-se razoável o rácio de aproximadamente 500 desempregados inscritos por técnico de emprego. Em termos ótimos e sendo possível, o rácio deve reduzir para cerca de metade do que foi referido, porém, o custo é muitas vezes um fator a ter em conta, pelo que a razoabilidade pode garantir resultados bastante bons, sendo a base de trabalho que se irá considerar.

Em termos de organograma óptimo, sugere-se:





Poderão existir coordenadores por áreas, que coadjuvem o Diretor, nomeadamente nas áreas mais relevantes: Funcionamento / Gestão e setor do ajustamento / Oferta.

- Área de formação profissional

Nesta área o que se pretende é ter técnicos da área da psicologia para aconselhar e fazer orientação profissional dos jovens, encaminhando para formação profissional em função das competências base de cada jovem atendido, as motivações e interesses, alinhando-os com as necessidades do mercado de trabalho.

Este técnico deverá ter o seguinte perfil de competências:

Categoria Profissional	Habilitações requeridas	Competências / Comportamentos
Técnico Superior	Licenciatura em psicologia	<p>Capacidade para concretizar com eficácia e eficiência os objectivos do serviço e as tarefas que lhe são solicitadas, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelece prioridades na sua acção, conseguindo, em regra, centrar-se nas actividades com maior valor para o serviço (actividades-chave)</li> <li>• Compromete-se, em regra, com objectivos exigentes, mas realistas e é perseverante no alcançar das metas definidas</li> <li>• Gere adequadamente o seu tempo de trabalho, preocupando-se em cumprir os prazos estipulados para as diferentes actividades</li> <li>• Orienta jovens e adultos na escolha de uma carreira profissional tendo em conta as características do indivíduo e do mercado de trabalho, aconselha-os sobre a obtenção de qualificações necessárias e informa-os das possibilidades de formação, aperfeiçoamento e promoção</li> <li>• Compila e estuda informações de ordem escolar, profissional e económica para ajudar indivíduos ou grupos a elaborar e aplicar planos de formação profissional</li> <li>• Faz o balanço, conjuntamente com o indivíduo, avaliando a sua experiência profissional e definindo interesses, aptidões, capacidades e características da personalidade, com vista ao seu ajustamento ao trabalho</li> <li>• Ajuda-os a tomar a consciência das suas potencialidades e oportunidades, a fim de tomarem uma decisão relativamente à escolha de uma carreira</li> <li>• Auxilia-os em problemas de integração e adaptação à profissão; avalia os métodos e técnicas de orientação</li> </ul>

- Área de apoio ao Empreendedorismo

Este departamento será composto por um técnico superior com conhecimentos na área de gestão de empresas e do mercado de trabalho, que irá orientar e aconselhar jovens que queiram promover o auto-emprego.

Deverá igualmente conhecer o enquadramento legal e fiscal das atividades e negócios, com vista ao aconselhamento quer dos empreendedores, quer de empresas clientes que possam ter dúvidas sobre processos de licenciamento, fiscalidade, impostos, legislação laboral.

Deverá ainda ter um Técnico Superior na área de IT (Tecnologias de Informação), ou seja, na área de informática. Este técnico poderá dar apoio quer aos empreendedores, quer ao próprio C.E.P na componente de *backoffice* da plataforma e promoção nas redes sociais.

Categoria Profissional	Habilitações requeridas	Competências / Comportamentos
Técnico Superior	Licenciatura Economia ou Gestão de Empresas	<p>Reconhece o seu papel na prossecução da missão e concretização dos objectivos do serviço e responde às solicitações que, no âmbito do seu posto de trabalho, lhe são colocadas, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelece prioridades na sua acção, conseguindo, em regra, centrar-se nas actividades com maior valor para o serviço (actividades-chave)</li> <li>• Compromete-se, em regra, com objectivos exigentes, mas realistas e é perseverante no alcançar das metas definidas</li> <li>• Gere adequadamente o seu tempo de trabalho, preocupando-se em cumprir os prazos estipulados para as diferentes actividades</li> <li>• Acompanha a evolução do mercado de trabalho e os setores de atividade, nem como os indicadores económicos</li> <li>• Aconselha os potenciais empreendedores e empresas em matéria financeira, projetos de investimento, matéria fiscal e licenciamento de atividades</li> </ul>
Técnico Superior	Licenciatura Informática	<p>Capacidade para programar, organizar e controlar a sua actividade e projectos variados, definindo objectivos, estabelecendo prazos e determinando prioridades, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• É conhecedor de tecnologias de informação</li> <li>• Propõe soluções de melhoria e implementa processos de eficiência</li> <li>• Garante a atualização informática das atividades do C.E.P nas redes sociais e portal</li> <li>• Garante o apoio técnico informático (rede e hardware / software) à equipa do C.E.P</li> </ul>

- Funcionamento e Gestão

Nesta área funcionará o apoio ao Diretor para garantir o normal funcionamento do serviço, seja em matéria de arquivo, investimento e aquisições necessárias (papel e outro material de escritório, componentes informáticos, etc), bem como a gestão do orçamento da unidade.

Categoria Profissional	Habilitações requeridas	Competências / Comportamentos
Técnico Superior	Licenciatura em Gestão de Empresas	<p>Garante o funcionamento do C.E.P, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora o orçamento em conjunto com a equipa e a direção;</li> <li>• Desenvolve propostas de aquisição em função das necessidades e mediante autorização prévia</li> <li>• Conhece o enquadramento legal da contratação pública</li> <li>• Gere adequadamente o seu tempo de trabalho, preocupando-se em cumprir os prazos estipulados para as diferentes actividades</li> <li>• Garante a atualização da contabilidade e faz apuramentos e pontos de situação da execução orçamental</li> <li>• Apoia a planificação das atividades do C.E.P alinhando-as com o orçamento disponível</li> </ul>

Técnico Intermédio	Administrativo	<p>Apoia a área de funcionamento e gestão:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• É conhecedor de informática na ótica de utilizador</li> <li>• Faz arquivo de acordo com as regras arquivísticas definidas</li> <li>• Receciona documentação e classifica-a contabilisticamente</li> <li>• Procede ao envio e receção da correspondência, distribuindo-a pelas diversas áreas do C.E.P</li> </ul>
--------------------	----------------	--

- Área de Atendimento

Nesta área encontrar-se-ão os técnicos de emprego, com qualificações próprias e técnicos administrativos que estarão na receção do C.E.P. A intenção será quem entra nas instalações ser atendido na receção e em função do assunto ser direcionado para a área respetiva.

Categoria Profissional	Habilitações requeridas	Competências / Comportamentos
Técnico Superior	Licenciatura em Sociologia ou formação de Técnico de Emprego	<p>Possui os conhecimentos técnicos necessários às exigências do posto de trabalho e aplica-os de forma adequada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidade de comunicação;</li> <li>• Resiliência</li> <li>• Domínio de ferramentas informáticas na ótica de utilizador</li> <li>• Capacidade de análise dos candidatos</li> <li>• Conhecimento do mercado de trabalho</li> <li>• Procede ao registo informático (na base de dados a criar) dos jovens desempregados que procurem os serviços, caracterizando-os em termos de dados pessoais (idade, morada, contactos), habilitações e qualificações, experiência profissional e interesses</li> </ul>
Técnico Intermédio	Administrativo	<p>Tem, habitualmente, uma atitude de disponibilidade para com os diversos utentes do serviço e procura responder às suas solicitações, encaminhando-os os rececionando documentação. Este técnico deve</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• É conhecedor de informática na ótica de utilizador</li> <li>• É comunicativo e disponível</li> <li>• Sabe lidar com pessoas e tem gosto pelo contacto com o público</li> <li>• Tem capacidade de avaliar problemas de forma crítica, direcionando a situação para a área competente</li> <li>• Conseguir comunicar de forma clara</li> <li>• É cordial no tratamento</li> </ul>

- Área do ajustamento / Oferta

Esta será a área mais importante pois trabalhará o ajustamento entre a oferta e a procura de emprego. Deverá trabalhar em estreita articulação com as empresas no sentido de satisfazer as suas necessidades de recrutamento, mas também com vista à fidelização das mesmas enquanto clientes do C.E.P.

Para além de serem técnicos de emprego, deverão ter uma formação adicional de marketing de serviços, como forma de conhecerem métodos e técnicas de abordagem das empresas e práticas de entrevista de candidatos.

Categoria Profissional	Habilitações requeridas	Competências / Comportamentos
Técnico Superior de Emprego	Licenciatura em Sociologia, Gestão de Empresas ou Técnicos com a formação na área de Emprego (Técnicos de Emprego)	<p>Capacidade para concretizar com eficácia e eficiência os objectivos do serviço e as tarefas que lhe são solicitadas, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelece prioridades na sua acção, conseguindo, em regra, centrar-se nas actividades com maior valor para o serviço (actividades-chave)</li> <li>• Compromete-se, em regra, com objectivos exigentes, mas realistas e é perseverante no alcançar das metas definidas</li> <li>• Gere adequadamente o seu tempo de trabalho, preocupando-se em cumprir os prazos estipulados para as diferentes actividades</li> <li>• Demonstra possuir conhecimentos práticos e técnicos necessários às exigências do posto de trabalho e aplica-os de forma adequada</li> <li>• Detém experiência profissional que permite resolver as questões profissionais que lhe são colocadas</li> <li>• Utiliza na sua prática profissional as tecnologias de informação e de comunicação com vista à realização de um trabalho de maior qualidade</li> <li>• Preocupa-se em alargar os seus conhecimentos e experiência profissional para melhor corresponder às exigências do serviço</li> <li>• Ser bom comunicador, ter sentido de humor</li> <li>• Ser criativo</li> <li>• Ser calmo sob pressão</li> <li>• Ser organizado</li> <li>• Ter vontade de aprender</li> <li>• Ser acessível, simpático, prático e disponível</li> <li>• Ser assertivo nos contactos</li> <li>• Ter competências de escrita</li> <li>• Capacidade de lidar com gestão de problemas e crises (clientes difíceis)</li> <li>• Conhecer estratégias de negociação</li> <li>• Dominar informática e Redes sociais na ótica do utilizador</li> </ul>

Em relação aos responsáveis pela gestão do Centro de Emprego, os mesmos devem diagnosticar e reforçar as suas competências pessoais e de gestão, caso necessário, nas seguintes áreas:

- Liderança e gestão de equipas;
- Condução de reuniões;
- Objectivos e indicadores de medida;
- Ferramentas do Office e internet ;
- Comunicação institucional;
- Gestão de Recursos Humanos;
- Comunicação interpessoal e assertividade;
- Sensibilidade de género no contexto de emprego.

Em suma, no que respeita às pessoas, pode sintetizar-se o seguinte:

Objectivo	Acção	Responsável
Melhorar a qualidade do serviço prestado e do atendimento	Formar Técnicos de Emprego e desenvolver um plano de formação interna (formação contínua)	Direção do C.E.P em coordenação com o INEP
	Criar a figura do Gestor de Empresas (técnico de emprego da área do ajustamento que será um contacto privilegiado das grandes empresas)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Contratar Técnicos com as competências necessárias às diversas áreas de trabalho	Direção do C.E.P em coordenação com o INEP

#### 4.6. Processos

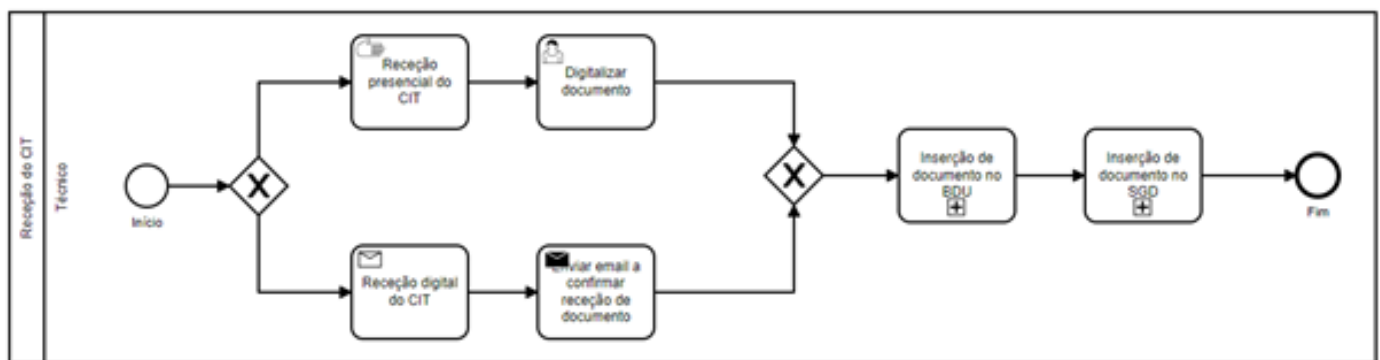
O funcionamento de um serviço de emprego deve mapear ao mais ínfimo pormenor todas as tarefas, processos e funções. Este é um aspeto fundamental para que se consiga definir regras, procedimentos, princípios éticos de funcionamento e desempenho. Os circuitos devem ser claros para toda a equipa, garantindo que a informação prestada é uniforme e padronizada.

A distribuição de tarefas deve igualmente estar escrita e ser transmitida a toda a equipa.

Objectivo	Acção	Responsável
Definir circuitos e responsabilidades	Criar um documento partilhado com a distribuição de tarefas (distribuição funcional – “quem faz o quê”)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Listar todas as tarefas existentes no serviço e definir os circuitos mais eficientes em função do espaço, equipamentos e pessoas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Fazer reuniões mensais com a equipa, clarificando atividades, processos	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
Criar procedimentos técnicos escritos para tarefas mais relevantes	Definir o circuito do jovem desempregado e as opções de encaminhamento e respostas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Agrupar e agilizar contactos com os serviços de formação e restante equipa para uma resposta rápida e eficiente	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Definir as formas de contacto a privilegiar e prazos de resposta aos pedidos das empresas (que não devem ser superiores a 2 dias úteis), bem como guião de entrevista aquando das visitas presenciais	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
Desenvolver tutoriais de	Criar tutoriais dos procedimentos mais significativos para o funcionamento dos serviços	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Criar formulários tipo para recolha de informação junto dos desempregados e empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P

apresentação dos serviços e das regras e circuitos definidos por área de trabalho	Criar esquemas de entrada e tratamento de documentação / pedidos (ver exemplo abaixo)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P
	Criar estratégias de intervenção para públicos específicos (por exemplo, portadores de deficiência, pessoas em situação de pobreza extrema e com baixas habilitações)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P

Apresentamos de seguida o que pode ser um esquema / circuito de entrada de documentação e registo em sistemas de informação próprios:



Este tipo de mapeamento deverá ser realizado para todas as atividades e tarefas exaustivamente elencadas pela equipa.

#### 4.7. Evidências Físicas

Sendo o C.E.P. um prestador de serviços, o espaço onde o mesmo é prestado é de extrema importância para a qualidade dos serviços prestados e para a perceção que os diferentes públicos-alvo têm da experiência resultante da utilização do serviço do C.E.P.

Os espaços de recepção de visitas no C.E.P. devem estar devidamente separados dos espaços de utilização exclusivamente interna, devidamente assinalados, devidamente mobilados e com um layout de fácil percepção para o visitante. A imagem do INEP deve estar presente nos diversos espaços e os técnicos que têm a responsabilidade de recepção ao público devem estar devidamente capacitados para tal e identificados. O fluxo de recepção de empresas e candidatos deve estar devidamente definido e ser aplicado na prática. No manual de procedimentos devem ser definidos os modelos de todos os formulários a preencher por visitantes tanto no caso das empresas como no caso dos candidatos a emprego e empreendedores e definido o modelo de arquivo e manutenção de registos quer físico quer digital. É importante que o Centro de Emprego disponibilize uma área de auto-procura na qual exista

informação afixada e atualizada com todos os serviços oferecidos, contactos e formas de procurar emprego / oferecer emprego (meios digitais, meios presenciais), agenda de eventos, divulgação dos cursos de formação dos parceiros (IFPELAC, entre outros). Em suma, quem espera deverá poder aceder a um conjunto de informação que potencie a sua necessidade e utilização dos serviços do Centro sejam eles presenciais ou digitais.

**Figura 6:** Exemplo de possível layout de *front office* e *back office* do C.E.P.



Com o objectivo de uniformizar a imagem dos técnicos responsáveis pelo atendimento no Centro de Emprego e no Balcão Móvel de Emprego e de promover a imagem do C.E.P., devem ser criadas camisetas estampadas com a sua marca.



**Figura 7:** Exemplo de possível layout de camisetas estampadas do C.E.P.



Para a nova estratégia relacionada com as evidências físicas do C.E.P, o mesmo deve realizar as seguintes acções:

Objectivo	Acção	Responsável
Melhorar o espaço do C.E.P.	Aprimorar o layout da zona de recepção a visitas e zonas internas	Equipa técnica do C.E.P / Fornecedor externo
	Criar e actualizar uma zona de autoprocuro no espaço de recepção de visitas	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg
	Criar uma rampa de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais	Equipa técnica do C.E.P / Fornecedor externo
Uniformizar a apresentação dos técnicos do C.E.P. responsáveis pelo atendimento no Centro e no Balcão Móvel de Emprego	Produzir camisetas estampadas do C.E.P.	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg

## 5. Metas e Indicadores de Monitoria

De forma a avaliar o resultado da implementação do Plano de Marketing e das suas acções, o C.E.P. deve criar um sistema de monitoria e avaliação de forma a que anualmente consiga identificar os seguintes indicadores para os quais se propõe as seguintes metas:

Indicador	2022	2023	2024	2025	2026
Nº de Colocações de Candidatos no mercado de Trabalho	450	576	864	1.210	1.693
Nº de Estágios pré-profissionais	834	917	1.009	1.110	1.221
Nº de empreendedores apoiados com Kits	137	164	197	237	284
Nº de Ofertas recolhidas	750	960	1.440	2.016	2.822
Nº de Jovens encaminhados para formação profissional	180	288	432	605	847
N.º de candidatos atendidos por dia	9	14	22	30	42
Nº de candidatos registados na base de dados	900	1.440	2.160	3.024	4.234
Nº de empresas registadas na base de dados	300	450	630	819	1.065
Nº visitas a empresas com recolha de oferta	30	45	63	82	106
Nº de Seguidores nas Redes sociais	1.000	1.500	2.250	3.375	5.063
Média diária de Visitas no portal de Emprego	1.350	2.160	3.240	4.536	6.350
Nº de Registos no portal de Emprego	1.800	2.880	4.320	6.048	8.467
Nº de Ofertas no portal de Emprego	750	960	1.440	2.016	2.822
Nº de Registos do Balcão Móvel de Emprego	180	288	432	605	847
Nº de Eventos realizados/participados	10	13	17	22	29
Grau de Satisfação das ofertas (n.º colocações realizadas / n.º vagas recebidas )	60%	60%	60%	60%	60%
Taxa de qualidade das apresentações para emprego = n.º colocados / n.º apresentados a entrevista	> 10%	> 10%	> 10%	> 10%	> 10%
Taxa de redução dos Desempregados de Longa Duração (DLD) inscritos = n.º DLD N – n.º DLD N-1/ n.º DLD N (Calcular valor base em 2022)	ND	ND	ND	ND	ND
Taxa de Esforço da equipa = (n.º colocados + n.º integrados em ações de formação + n.º integrados em outras medidas) / n.º trabalhadores equipa	142	166	207	256	320

## 6. Plano de Implementação

Tendo em conta as acções propostas e a sua prioridade, apresenta-se de seguida, o plano de implementação das respectivas acções:

Área Impactada	Acção	Responsável Interno/Fornecedor	2022				2023	2024	2025	2026
			T1	T2	T3	T4				
Serviço Prestado	Melhorar as funcionalidades da plataforma de emprego do INEP e promovê-la	Em coordenação com o INEP / Fornecedor								
	Criar modelos de diagnóstico de necessidades para as empresas	Equipa técnica do C.E.P								
	Criar, organizar e actualizar uma base de dados de candidatos e vagas	Equipa técnica do C.E.P								
	Reunir e organizar um pacote de informação sobre acesso ao mercado de emprego	Equipa técnica do C.E.P								
	Informar os candidatos a emprego sobre os resultados actualizados dos diagnósticos de necessidades das empresas	Fornecedor de Serviços de IT/Marketing								
	Adquirir computadores para que cada técnico do CEP disponha de um computador de trabalho	Director do Centro/ Fornecedor								
	Garantir condições de internet no CEP	Director do Centro/ Fornecedor								
	Adquirir software de gestão de base de dados	Director do Centro/ Fornecedor								
	Reunir e organizar um pacote de informação sobre empreendedorismo	Equipa técnica do C.E.P								

Área Impactada	Acção	Responsável Interno	2022				2023	2024	2025	2026
			T1	T2	T3	T4				
Canais de Distribuição	Optimizar o posicionamento do portal nos principais motores de busca (SEO)	Fornecedor								
	Promover o Portal nos restantes canais de distribuição e comunicação	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Garantir o serviço de manutenção do Portal	Em coordenação com o INEP / Fornecedor								
	Definir e aplicar um procedimento para atendimento e de fluxo operacional	Equipa técnica do C.E.P								
	Modernizar e padronizar todos os formulários a preencher por visitantes	Equipa técnica do C.E.P								
	Definir o modelo de arquivo e de manutenção de registos físicos e digitais	Equipa técnica do C.E.P								
	Adquirir e decorar Viatura	Direcção do Centro/ Fornecedor								
	Adquirir equipamentos para Balcão Móvel de Emprego	Direcção do Centro/ Fornecedor								
	Definir Plano anual de Visitas ao diferentes distritos de Cabo Delgado	Equipa técnica do C.E.P								

Área Impactada	Acção	Responsável Interno	2022				2023	2024	2025	2026
			T1	T2	T3	T4				

Comunicação e Marketing	Contratar um técnico de comunicação e marketing	Director do Centro/Recursos Humanos								
	Criar e gerir uma página no Facebook do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Criar e gerir uma página no LinkedIn do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Criar e gerir uma conta de Whatsapp do C.E.P	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Planear mensalmente/trimestralmente visitas a empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Definir e padronizar o teor e mensagem a passar nas visitas a empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Produzir e manter registos dos relatórios das visitas a empresas para seguimento	Equipa técnica do C.E.P								
	Organizar uma base de dados com contactos telefónicos e lista de emails de empresas já registadas e de potenciais utilizadoras e ainda de candidatos	Equipa técnica do C.E.P								
	Criar uma linha de atendimento prioritária para empresas	Equipa técnica do C.E.P								
	Planear envio de informações importantes para empresas por email	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Criar uma newsletter trimestral	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Criar Spots de Divulgação do C.E.P nas principais línguas locais da Província	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg/ Fornecedor								
	Articulação e Veiculação de spots em Rádios Comunitárias	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg/ Fornecedor								
	Divulgação das visitas do Balcão Móvel de Emprego nas Rádios Comunitárias	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg/ Fornecedor								
	Participar em seminários e eventos empresarias e apresentar o C.E.P. nos mesmos	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P/ Fornecedor								
	Organizar 1 feira provincial e 2 distritais de emprego por ano	Equipa técnica do C.E.P/ Fornecedor								
	Realizar eventos de apresentação em escolas para alunos finalistas	Equipa técnica do C.E.P								
	Criar parcerias com outras entidades públicas e privadas para promoção do C.E.P.	Director do Centro								
	Promover-se junto de potenciais co-financiadores de projectos e de apoio à sua capacitação institucional promovendo a sua nova estratégia e divulgando de forma profissional casos de sucesso.	Director do Centro								
	Aprovar o logotipo do C.E.P.	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
Informar o público-alvo da nova marca pelos diversos canais de promoção	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg									
Incluir as mensagens-chave nos instrumentos e acções de comunicação do C.E.P.	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg e Fornecedores externos									
Produzir instrumentos de promoção em português e nas principais línguas locais para utilizar nos diversos meios	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg/ Fornecedor									

Área Impactada	Ação	Responsável Interno	2022	2023	2024	2025	2026
----------------	------	---------------------	------	------	------	------	------

			T1	T2	T3	T4				
Capacidades internas	Desenvolver um plano de formação interna e consequente formação	Direção do C.E.P em coordenação com o INEP / Fornecedor								
	Criar a figura do Gestor de Empresas (técnico de emprego da área do ajustamento que será um contacto privilegiado das grandes empresas)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Contratar Técnicos com as competências necessárias às diversas áreas de trabalho	Direção do C.E.P em coordenação com o INEP								

Área Impactada	Acção	Responsável	2022				2023	2024	2025	2026
			T1	T2	T3	T4				
Processos Internos	Criar um documento partilhado com a distribuição de tarefas (distribuição funcional – “quem faz o quê”)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Listar todas as tarefas existentes no serviço e definir os circuitos mais eficientes em função do espaço, equipamentos e pessoas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Fazer reuniões mensais com a equipa, clarificando atividades, processos	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Definir o circuito do jovem desempregado e as opções de encaminhamento e respostas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Agrupar e agilizar contactos com os serviços de formação e restante equipa para uma resposta rápida e eficiente	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Definir as formas de contacto a privilegiar e prazos de resposta aos pedidos das empresas (que não devem ser superiores a 2 dias úteis), bem como guião de entrevista aquando das visitas presenciais	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Criar tutoriais dos procedimentos mais significativos para o funcionamento dos serviços	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P / Fornecedor								
	Criar formulários tipo para recolha de informação junto dos desempregados e empresas	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Criar esquemas de entrada e tratamento de documentação / pedidos (ver exemplo abaixo)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P								
	Criar estratégias de intervenção para públicos específicos (por exemplo, portadores de deficiência, pessoas em situação de pobreza extrema e com baixas habilitações)	Director do Centro/Equipa técnica do C.E.P/ Fornecedor								

Área Impactada	Acção	Responsável	2022				2023	2024	2025	2026
			T1	T2	T3	T4				
Espaço Físico e Recepção a Utentes	Aprimorar o layout da zona de recepção a visitas	Equipa técnica do C.E.P / Fornecedor								
	Criar e actualizar uma zona de autoprocuro no espaço de recepção de visitas	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg								
	Criar uma rampa de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais	Equipa técnica do C.E.P / Fornecedor								
	Produzir camisetas estampadas do C.E.P.	Equipa técnica do C.E.P / Técnico de Comunicação e Mrktg/ Fornecedor								

## 7. Plano de Investimento e Orçamento

Área Impactada	Acção	Tipo de Investimento	Custo Unitário	2022		2023		2024		2025		2026		Total
				QT	MZN	QT	MZN	QT	MZN	QT	MZN	QT	MZN	
Serviço Prestado	Adquirir computadores para que cada técnico do CEP disponha de um computador de trabalho	Equipamento Informático	50.000	4	200.000	0	0	0	0	0	0	0	0	200.000
	Garantir condições de internet no CEP	Serviço de IT	15.000	9	135.000	12	180.000	12	180.000	12	180.000	12	180.000	855.000
	Adquirir software de gestão de base de dados	Serviço de IT	3.500	0	0	0	0	12	42.000	12	42.000	12	42.000	126.000
Canais de Distribuição	Optimizar o posicionamento do portal nos principais motores de busca (SEO)	Serviço de IT	20.000	1	20.000	0	0	1	20.000	0	0	1	20.000	60.000
	Promover o Portal nos restantes canais de distribuição e comunicação	Publicidade em Redes Sociais	12.000	2	24.000	2	24.000	1	12.000	1	12.000	1	12.000	84.000
	Adquirir e decorar Viatura para Balcão Móvel e Visitas a Empresas	Viatura e Serviços de Design	3.500.000	0	0	1	3.500.000	0	0	0	0	0	0	3.500.000
	Adquirir equipamentos para Balcão Móvel de Emprego	Equipamentos diversos	120.000	0	0	1	120.000	0	0	0	0	0	0	120.000
	Realizar Visitas ao diferentes distritos de Cabo Delgado	Logística	40.000	0	0	8	320.000	8	320.000	8	320.000	8	320.000	1.280.000
Comunicação e Marketing	Contratar um técnico de comunicação e marketing	Salário e Prestações Sociais	25.000	6	150.000	12	300.000	12	300.000	12	300.000	12	300.000	1.350.000
	Criar e gerir uma página no Facebook e Instagram do C.E.P com publicidade paga	Publicidade em Redes Sociais	40.000	1	40.000	2	80.000	2	80.000	1	40.000	1	40.000	280.000
	Planear mensalmente/trimestralmente visitas a empresas	Logística	20.000	6	120.000	12	240.000	12	240.000	12	240.000	12	240.000	1.080.000
	Criar uma linha de atendimento prioritária para empresas	Serviços de Comunicações	5.000	0	0	12	60.000	12	60.000	12	60.000	12	60.000	240.000
	Criar uma newsletter trimestral	Serviços Gráficos	10.000	0	0	4	40.000	4	40.000	4	40.000	4	40.000	160.000
	Criar Spots de Divulgação do C.E.P nas principais línguas locais da Província	Serviços de Marketing	40.000	0	0	1	40.000	1	40.000	1	40.000	1	40.000	160.000
	Articulação e Veiculação de spots em Rádios Comunitárias	Média	400	0	0	240	96.000	240	96.000	120	48.000	120	48.000	288.000
	Divulgação das visitas do Balcão Móvel de Emprego nas Rádios Comunitárias	Média	400	0	0	40	16.000	40	16.000	40	16.000	40	16.000	64.000
	Participar em seminários e eventos empresarias e apresentar o C.E.P. nos mesmos	Logística	10.000	0	0	2	20.000	4	40.000	4	40.000	4	40.000	140.000
	Organizar 1 feira provincial e 2 distritais de emprego por ano	Logística	250.000	1	250.000	1	250.000	1	250.000	1	250.000	1	250.000	1.250.000
	Realizar eventos de apresentação em escolas para alunos finalistas	Logística	10.000	5	50.000	5	50.000	5	50.000	5	50.000	5	50.000	250.000
	Produzir instrumentos de promoção em português e nas principais línguas locais para utilizar nos diversos meios	Serviços de Design e Gráfica	120	0	0	1.00	120.000	0	120.000	1.000	120.000	0	120.000	480.000
	Capacidades internas	Desenvolver um plano de formação interna	Consultoria	20.000	30	600.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Capacitação do pessoal interno de acordo com o plano de formação		Serviços de Formação	1.400	0	0	320	448.000	320	448.000	0	0	0	0	896.000
Espaço Físico e Recepção a Utentes	Aprimorar o layout da zona de recepção a visitas	Serviços de Arquitectura/Design/Mobiliário	120.000	1	120.000	0	0	0	0	0	0	0	0	120.000
	Criar e actualizar uma zona de autoprocuro no espaço de recepção de visitas	Mobiliário e Literatura	60.000	1	60.000	0	0	0	0	0	0	0	0	60.000
	Criar uma rampa de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais	Serviços de Construção	80.000	0	0	1	80.000	0	0	0	0	0	0	80.000
	Produzir camisetas estampadas do C.E.P.	Serviços de Gráfica	600	0	0	50	30.000	50	30.000	50	30.000	50	30.000	120.000
<b>Total</b>				<b>1.769.000</b>		<b>6.014.000</b>		<b>2.384.000</b>		<b>1.828.000</b>		<b>1.848.000</b>		<b>13.843.000</b>

Principais notas sobre o plano de investimento e orçamento:

- Privilegiou-se em 2022 o investimento em aspectos ligados à optimização organizacional, ao levantamento de necessidades e à preparação de iniciativas, que, habitualmente, requerem menos custos.
- Apenas se considerou no plano de investimento e orçamento das acções do Plano de Marketing que necessitam de algum tipo de aquisição ou prestação de serviços externos, não se tendo considerado o custo associado ao tempo necessário da equipa do C.E.P. para a implementação das acções aqui previstas e das restantes que estão previstas no Plano de Marketing e que não carecem de aquisições ou prestações de serviços externos.
- Os montantes estimados poderão sofrer alterações, uma vez que algumas acções precisam de trabalhos preparatórios para orçamentar no mercado os respectivos custos. No entanto foram estimados custos para cada uma das acções, utilizando preços de mercado que permitem realizar as respectivas acções.

Tendo em conta o plano de investimentos e orçamento estimado para a implementação do Plano de Marketing do C.E.P, recomenda-se as seguintes acções de forma a financiar o mesmo:

- Promover o Plano de Marketing junto dos parceiros actuais (nomeadamente agências e entidades de cooperação internacional) do C.E.P. e do INEP com vista a identificar possíveis apoios financeiros em determinadas acções;
- Promover o Plano de Marketing junto de outros potenciais parceiros com vista a identificar possíveis apoios financeiros em determinadas acções;
- Promover os resultados anuais de monitoria junto dos parceiros no final de 2022, na expectativa que os mesmos demostrem tendências positivas e dessa forma facilitar os apoios nos anos seguintes;
- Promover oportunidades de apoio financeiro por parte das empresas, na realização de eventos, com contrapartidas em relação à visibilidade e ao espaço dado às empresas que apoiem o C.E.P.

## 8. Proposta de Marca

---

### Logotipo



### Leteiro



O manual de identidade visual do C.E.P. é anexo ao Plano de Marketing.



## 9. Bibliografia

---

Boletim da República de Moçambique (2018). *Regulamento sobre o Licenciamento e Funcionamento das Agências Privadas de Emprego (Decreto nº 16/2018 de 23 de abril)*. Imprensa Nacional, Série I (80), Maputo.

Boletim da República de Moçambique (2016). *Decreto de Criação do INEP nº 48/2016 de 01 de novembro*. Imprensa Nacional, Série I (130), Maputo. [https://www.seje.gov.mz/wp-content/uploads/2021/09/Decreto-48\\_2016](https://www.seje.gov.mz/wp-content/uploads/2021/09/Decreto-48_2016).

Instituto Nacional de Estatísticas (2021). *Anuário Estatístico da Província de Cabo Delgado, 2020*. Pemba, Delegação de Cabo Delgado.

International Monetary Fund, IMF (2021). *World Economic Outlook: Recovery During a Pandemic Health Concerns, Supply Disruptions, and Price Pressures*. IMF, Washington, DC. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021>.

Ministério do Trabalho, Emprego e Segurança Social – Direcção Nacional de Observação do Mercado do Trabalho (2019). *Boletim de Estatísticas do Trabalho – 2018*, Maputo.

Ministério do Trabalho, Emprego e Segurança Social – Direcção Nacional de Observação do Mercado do Trabalho (2020). *Boletim de Estatísticas do Trabalho – 2019*, Maputo.

Ministério do Trabalho, Emprego e Segurança Social – Direcção Nacional de Observação do Mercado do Trabalho (2021). *Boletim de Estatísticas do Trabalho – 2020*, Maputo.

Ministério do Trabalho, Emprego e Segurança Social – Direcção Nacional de Observação do Mercado do Trabalho (2019/20/21). *Boletins Informativos do Mercado do Trabalho – I, II, III e IV Trimestres de 2019/20/21*, Maputo.

Portal de Emprego INEP, IP. <http://emprego.inep.gov.mz:8080/public/home>, em [17/12/2021], Maputo.

Portal do IEFPP, IP. <https://www.iefp.pt/>, em [12/12/2021], Maputo.

República de Moçambique, (2020). *Programa Quinquenal do Governo 2020-2024*. Maputo, República de Moçambique. <http://www.ts.gov.mz>.

República de Moçambique, (2014). *Estratégia Nacional de Desenvolvimento 2015 – 2035*. Maputo, República de Moçambique. <https://www.mef.gov.mz>.

República de Moçambique, (2006). *Lei do Trabalho (Lei nº 23/2007 de 01 de Agosto)*. Maputo, República de Moçambique. <https://www.inss.gov.mz>.

## 10. Anexos

### Anexo 1. Agências privadas de emprego

Nome de Agência	Site/Email	Localização
MMO Emprego	<a href="https://emprego.mmo.co.mz/">https://emprego.mmo.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Emprego.co.mz	<a href="https://www.emprego.co.mz/">https://www.emprego.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Infromoz	<a href="https://emprego.infromoz.com/">https://emprego.infromoz.com/</a>	Cidade de Maputo
Sovagas	<a href="https://sovagas.co.mz/">https://sovagas.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Trovagas	<a href="https://www.trovagas.com/">https://www.trovagas.com/</a>	Cidade de Maputo
Maisempregos	<a href="https://maisempregos.net/">https://maisempregos.net/</a>	Cidade de Maputo
Pesquisemoz	<a href="https://jobs.pesquisemoz.com/">https://jobs.pesquisemoz.com/</a>	Cidade de Maputo
Portalmoz	<a href="https://emprego.portalmoz.com/">https://emprego.portalmoz.com/</a>	Cidade de Maputo
Gugla	<a href="https://www.gugla.co.mz/">https://www.gugla.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Emprego Sapo	<a href="https://emprego.sapo.pt/">https://emprego.sapo.pt/</a>	Cidade de Maputo
Gotopemba	<a href="https://gotopemba.com/">https://gotopemba.com/</a>	Cidade de Maputo
Heading Recursos Humanos	<a href="https://www.heading.co.mz/">https://www.heading.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Grh	<a href="https://www.grhmz.com/">https://www.grhmz.com/</a>	Cidade de Maputo
Jp recruitment	<a href="https://jp-recruitment-lda.negocio.site/">https://jp-recruitment-lda.negocio.site/</a>	Cidade de Maputo
Premier Human Capital Corporation	<a href="https://phccglobal.com/">https://phccglobal.com/</a>	Cidade de Maputo
Atitude	<a href="http://atitudemoz.co.mz/">http://atitudemoz.co.mz/</a>	Cidade de Maputo
Work force Group, Sociedade Unipessoal, Limitada		Tete
STM Sociedade de Terminal de Açúcar (Portuário)		Cidade de Maputo
SBM - Agência Privada de Emprego		Cidade de Maputo
RSM Moçambique - Agencia Privada, Lda		Cidade de Maputo
Resolve - Agência Privada de Emprego, E,l		Cidade de Maputo
RGB Serviços & Investimentos Moçambique (Port)	<a href="mailto:rgb.geral@teledata.mz">rgb.geral@teledata.mz</a>	Cidade de Maputo
Reginaldo Max de Gruyter & Cia, Lda (Port)		Cidade de Maputo
RDHC Consultoria e Serviços, Lda	<a href="mailto:rhbconsultoria@gmail.com">rhbconsultoria@gmail.com</a>	Cidade de Maputo
Quinta Essência, Lda		Cidade de Maputo

Precision recruitment International - APE, SA	<a href="mailto:informoza@priconsultants.com">informoza@priconsultants.com</a>	Cidade de Maputo
PERMAR - Peritagem e Conferencia Marítima, S.A.	<a href="mailto:info@permar.co.mz">info@permar.co.mz</a>	Cidade de Maputo
O&G Serviços, Limitada		Cidade de Maputo
Naval - Serviços Navegação, Lda (Portuário)	<a href="mailto:naval@tvcabo.co.mz">naval@tvcabo.co.mz</a>	Cidade de Maputo
Móvel Empresa Privada de Emprego Limitada		Cidade de Pemba
Mansourcing - Agência Privada de Emprego		Cidade de Maputo
Manica Moçambique Terminais, Lda (Port)		Cidade de Maputo
Linkup Recruitment Services	<a href="http://www.linkup.co.mz">www.linkup.co.mz</a>	Cidade de Maputo
LB - Agência Privada de Emprego Lda		Cidade de Maputo
Kukuira - Agência Privada de Emprego		Cidade de Maputo
Heading Moçambique Recursos Humanos		Cidade de Maputo
Genesis Human Capital Resource Lda		Cidade de Maputo

Nome de Agência	Site/Email	Localização
Flor de Lis - Agência Privada de emprego	<a href="mailto:flordelisconsultoria@hotmail.com">flordelisconsultoria@hotmail.com</a>	Cidade de Maputo
D&E Investimento, Agencia Privada de Emprego Lda		Cidade de Maputo
Contact Moçambique - Agência Privada de Emprego		Cidade de Maputo
Competentia Mozambique, Limitada		Cidade de Maputo
Champlain Group Mozambique		Cidade de Maputo
CBE - Southern Africa - Agência Privada de Emprego	<a href="mailto:cbe@tvcabo.co.mz">cbe@tvcabo.co.mz</a>	Cidade de Maputo
Capital Moçambique, Agência Privada de Emprego		Maputo Província
Brunel Mozambique - Agência Privada		Cidade de Maputo
BNBC - Consultores em Contabilidade Auditoria e Fiscalidade		Cidade de Nampula
Automação, Lda		Maputo Província
Atos, Agência Privada de Emprego, Lda	<a href="mailto:atos@atosLda.com">atos@atosLda.com</a>	Maputo Província
Ascending - APE, LDA	<a href="http://www.ascendig.itd">www.ascendig.itd</a>	Província Maputo
Aldeia Moçambique Lda	<a href="mailto:marcos.resnik@aldeia.com">marcos.resnik@aldeia.com</a>	Cidade Maputo
Airswift Embrace, Lda		Cidade de Maputo
ACB - Agência Privada de Emprego	<a href="mailto:coordenador.cde@acb.co.mz">coordenador.cde@acb.co.mz</a>	Cidade da Beira
Tusano Combined Mozambique, Lda		Cidade de Maputo
Majuba		Maputo Província
Creative Solutions	<a href="mailto:victor.jfaria@gmail.com">victor.jfaria@gmail.com</a>	Maputo Província
Servtec SBM (SBM - Agência Privada de Emprego)		Cidade de Maputo
EA - Agência Privada de Emprego, Lda		Cidade de Maputo
E.P Management e Consultancy Services	<a href="https://epmanagementconsult.com/">https://epmanagementconsult.com/</a>	Cidade de Maputo
Emog Africa		Cidade de Maputo
Mine Labour Organizations (Wenela) Lda		Cidade de Maputo
Wenela Lda		Cidade de Maputo

## Anexo 2. Lista de Empresas Entrevistadas

Empresas que conhecem e usam o Centro de emprego		
Ordem	Nome da empresa	Ramo de Actividades
1	ATM Mozambique	Transporte e Logística
2	Transporte marítimo	Transporte e Logística
3	Enerlux	Montagem e Manutenção eléctrica
4	Ricotécnica de Moçambique, Lda	Comércio a Grosso e a Retalho de Material de Escritório
5	Casa AI – Comercial	Venda de produtos alimentares
6	Sanlo Moçambique, Lda	Construção Civil
7	Nunisa Consultor, Lda	Consultoria na área de desenvolvimento organizacional
8	Construsoyo Moçambique, Lda	Construção Civil e obras públicas
9	ABD Construções	Construção Civil
Empresas que conhecem o Centro mas nunca usaram os serviços do centro		
1	CLIDIS LDA-Clinica de Diagnóstico e Saúde	Saúde
2	Salina Mieze	Extracção de Sal
3	Farmácia Cariáco e Farmácia Nasunaya	Venda de Medicamentos
4	Pemba Magic Logde	Hotelaria e Turismo
5	Pensão Subir	Hotelaria e Turismo
6	Marcelino Caravela, E.I	Carpintaria, serrilharia e Mecânica
7	Xima de Namaua-Muarivai	Agro-processamento
8	Africar Rental Lda	Transporte e Logística
9	Cargo-Frete Lda	Transporte e Logística
10	Logística Investimento & Serviços Lda	Transporte e Logística
11	SAC Agro - pecuária	Agro-pecuária
12	Arte Verde	Agricultura
13	MRM	Mineração
14	RencoTek	Construção Civil
Empresas que não conhecem o centro		
1	Farmácia Ciro	Venda de medicamentos
2	TWIGG-EXPLORATION-AND-MINING-LIMITADA	Indústria Mineira
3	Moageira Abibo	Agro-processamento
4	Construções Montecol de Mocim Mansur	Construção Civil
5	Diamond Prestação de Serviços E.I	Transporte e Logística
6	Pemba Multiservice Locanda, Lda	Hotelaria e Turismo

	AJPS-Serralharia e Serviços	
7	Unipessoal, Lda	Manutenção e reparação
8	Pemba Energy City	Instalações Eléctricas
9	Revumo Holding	Comércio Geral e Prestação de serviços
10	Intertek Testeng Service	Treinamento
11	Procajo de Chiúre	Agro-processamento
12	Madobera Comercial	Agro-processamento
13	Base Airoport Handling Services, Lda	Prestação de serviços de assistência de aeronaves

Este documento foi produzido no âmbito da Acção +EMPREGO EM PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA PARA OS JOVENS DE CABO DELGADO (FED/2020/419-736).

Nem o Camões, I.P. nem qualquer indivíduo agindo em seu nome é responsável pela utilização que possa ser dada às informações que se seguem. As designações e a apresentação dos materiais e dados usados neste documento não implicam a expressão de qualquer opinião da parte do Camões, I.P., da Cooperação Portuguesa ou do Ministério dos Negócios Estrangeiros de Portugal relativamente ao estatuto jurídico de qualquer país, território, cidade ou zona, ou suas autoridades, bem como a expressão de qualquer opinião relativamente à delimitação das suas fronteiras ou limites. A referência a projetos, programas, produtos, ferramentas ou serviços específicos não implica que estes sejam apoiados ou recomendados pelo Camões, I.P., concedendo-lhes preferência relativamente a outros de natureza semelhante, que não são mencionados ou publicitados.



Este documento foi produzido com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade dos seus autores e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.