

2015

2019

**PLANO ESTRATÉGICO DA
CCMUSA**



CÂMARA DE COMÉRCIO MOÇAMBIQUE | EUA

**AMCHAM - American
Chamber of Commerce**

Agenda

1. Mapa Estratégico

2. Iniciativas

3. Modelo de Implementação

O presente Mapa Estratégico visa não só responder às necessidades da CCMUSA como instituição provedora de serviços mas também às necessidades dos seus associados. Com base nisto, foi definida a seguinte visão e missão:

Visão e Missão



VISÃO

Ser uma instituição de referência e um mecanismo de alavancagem para o desenvolvimento do negócio em Moçambique e no Sul de África.

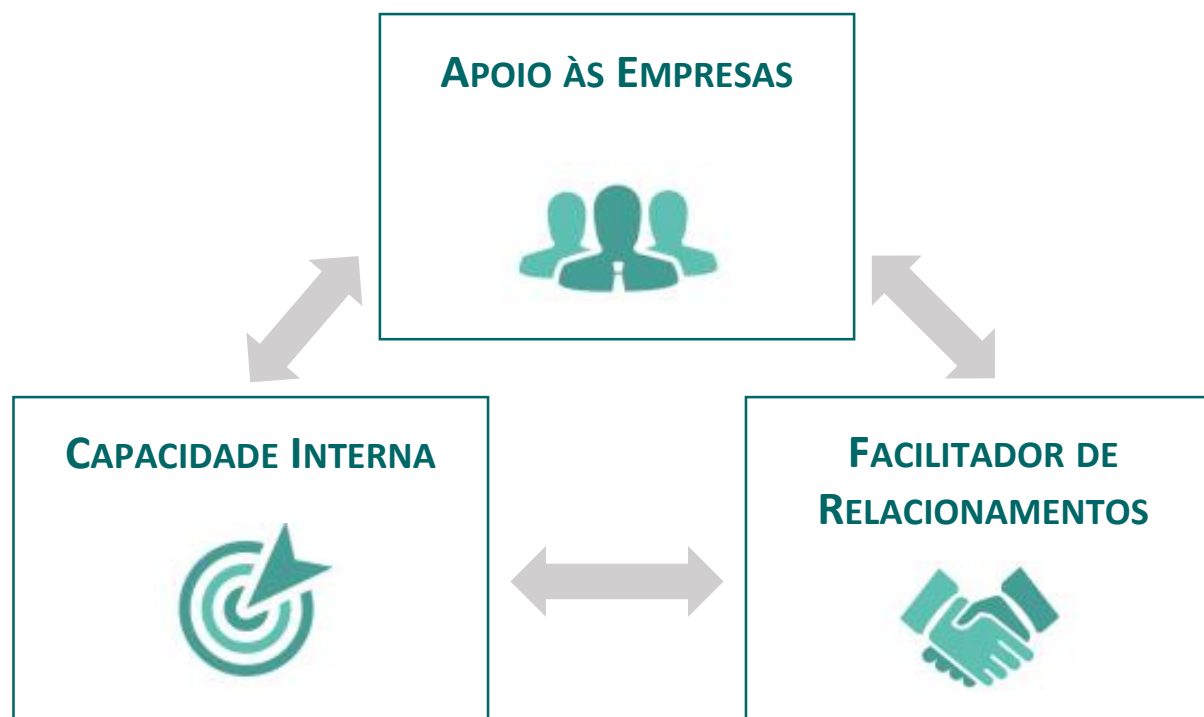


MISSÃO




Promover o desenvolvimento, com base na amizade e no companheirismo voluntário, de vantagens económicas mútuas, relações sociais e comerciais, entre as comunidades de negócio Moçambicanas e Americanas.

Os eixos estratégicos são apresentados para compreender as três grandes variáveis da actividade da Câmara de Comércio. As três perspectivas pela qual a CCMUSA pode ser analisada são complementares e fortemente dependentes.

Eixos Estratégicos



Roadmap Estratégico

Eixo Estratégico	Objectivo Estratégico	Objectivo Operacional
<p>FACILITADOR DE RELACIONAMENTOS</p> 	<p>Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> A.1. Desenvolver relacionamentos internos A.2. Promover as relações bilaterais entre os países A.3. Melhorar a influência política da CCMUSA junto do Governo e de outras entidades locais
<p>APOIO ÀS EMPRESAS</p> 	<p>Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio</p>	<ul style="list-style-type: none"> B.1. Assegurar a assistência geral aos clientes B.2. Modernizar os canais de comunicação B.3. Posicionar a CCMUSA como uma referência na produção de informação B.4. Promotor de competências
<p>CAPACIDADE INTERNA</p> 	<p>Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> C.1. Reforçar a marca da Câmara C.2. Operacionalizar os Sistemas de Informação C.3. Fortalecer a capacidade de recursos humanos C.4. Consolidar a posição financeira da CCMUSA

Agenda

1. Mapa Estratégico

2. Iniciativas

3. Modelo de Implementação

FACILITADOR DE RELACIONAMENTOS



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas

OBJECTIVO OPERACIONAL:

A.1. DESENVOLVER RELACIONAMENTOS INTERNOS

Iniciativas Estratégicas

A.1.1 DIRECTÓRIO COMERCIAL

- Realização de publicações regulares de informações dos associados, disponíveis aos vários associados através dos canais de comunicação da câmara.
- Cada membro, empresa ou indivíduo, irão permitir à câmara organizar informação básica pública acerca da empresa que será compilada num Directório Comercial.

A.1.2 COMEMORAÇÕES DA CÂMARA

- As comemorações são um evento anual promovido entre parceiros e membros.
- A seleção de datas importantes pode ser uma ocasião relevante para juntar associados de uma forma social, o que oferece uma oportunidade para celebrar, conviver e reforçar a rede de contactos.

A.1.3. RELANÇAMENTO DAS HAPPY HOURS

- As *Happy Hours* são referidas como uma das melhores actividades ao longo da história da CCMUSA.
- As Happy Hours devem manter a mesma estrutura do passado e devem ser promovidas de uma forma regular, sendo conciliadas com outras actividades, tais como comemorações ou workshops.

A.1.4 DESCONTOS A ASSOCIADOS

- Uma prática comum nas câmaras de comércio consiste na aplicação de descontos através dos serviços das empresas associadas.
- O conjunto de Descontos a associados é uma ferramenta útil para promover os benefícios duma empresa se tornar um associado.

FACILITADOR DE RELACIONAMENTOS



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas

OBJECTIVO OPERACIONAL:

A.1. DESENVOLVER RELACIONAMENTOS INTERNOS

Iniciativas Estratégicas

A.1.5 MECANISMOS DE FEEDBACK

- Para melhor conhecer a percepção dos associados em relação aos serviços prestados, a câmara deverá construir um mecanismo metódico para a recolha e análise dessa informação.
- Assim, o feedback pode ser obtido através de vários mecanismos que devem ser seleccionados de acordo com as necessidades da empresa. Neste caso, dois métodos são apresentados como necessários e complementares:
 - **Questionários anuais** em relação ao desempenho da Câmara – feitos via online, permitindo que chegue a todos os associados de uma forma eficiente
 - **Entrevista mensal** com um associado aleatório para obter um feedback pessoal – trata-se de um mecanismo importante por forma a obter informação mais específica, qualitativa e que também permite reduzir a distância entre o Conselho Directivo e os associados da Câmara.
- Simultaneamente, a Câmara deve promover o envolvimento dos membros nestas actividades, incentivando a sua participação, uma vez que a prestação de feedback é tanto um direito como um dever dos associados, constituindo um passo necessário para avaliar decisões futuras.

FACILITADOR DE RELACIONAMENTOS



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas

OBJECTIVO OPERACIONAL:

A.2. PROMOVER AS RELAÇÕES BILATERAIS ENTRE OS PAÍSES

Iniciativas Estratégicas

A.2.1. PROMOVER O CONTACTO COM A EMBAIXADA MOÇAMBIQUESA NOS EUA E A CÂMARA DE COMÉRCIO AMERICANA

- A CCMUSA deve reforçar a sua presença na Embaixada Moçambicana e Câmara de Comércio Americana, por forma a criar fortes relações bilaterais com os Estados Unidos da América.

A.2.2. REFORÇAR A RELAÇÃO DE PROXIMIDADE COM A EMBAIXADA DOS ESTADOS UNIDOS EM MOÇAMBIQUE

- O objectivo é transformar a CCMUSA num parceiro importante da Embaixada, em particular com o Departamento do Comércio, assumindo uma posição forte para todos os assuntos económicos relacionados com o investimento Americano em Moçambique.

A.2.3. PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS DE NEGÓCIO E MISSÕES COMERCIAIS

- A iniciativa consiste na criação dum mecanismo que assegure a participação em feiras relevantes e na promoção de parcerias para obter missões comerciais, ainda que de uma forma não regular.

**FACILITADOR DE
RELACIONAMENTOS**



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas

OBJECTIVO OPERACIONAL:

A.3. MELHORAR A INFLUÊNCIA POLÍTICA DA CCMUSA JUNTO DO GOVERNO E DE OUTRAS ENTIDADES LOCAIS

Iniciativas Estratégicas

A.3.1. FORTALECER A RELAÇÃO COM A CTA

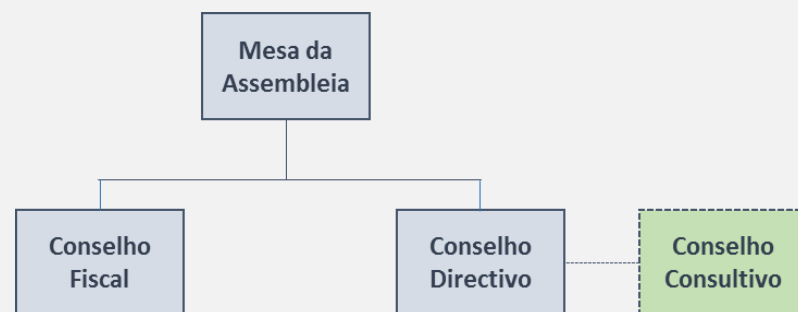
- No passado, a CCMUSA desempenhou um papel importante nos organismos directivos da CTA. A entrada como parte da estrutura da CTA é uma estratégia forte para aumentar a comunicação e parcerias.
- Adicionalmente, convidar a CTA a estar presente no Conselho Consultivo pode fomentar a relação entre as duas instituições.

A.3.2. ALMOÇOS DE NEGÓCIO (Business Lunches)

- Uma prática antiga da CCMUSA e comum entre câmaras de comércio. Os almoços posicionam a CCMUSA na linha da frente, aumentando a sua exposição ao público e relevância como moderador.
- Os almoços de negócio devem ser repetidos três vezes por ano, por vezes combinado com outras actividades.

A.3.3. CONSELHO CONSULTIVO

- Um Conselho Consultivo é um grupo político, sem responsabilidades directas nas actividades operacionais da Câmara, mas com a incumbência de defender os seus interesses
- O Conselho acompanha com atenção o trabalho da Administração, apresentando sugestões sempre que lhe for pedido e planeando proactivamente estratégias para melhor posição da CCMUSA.



APOIO ÀS EMPRESAS



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio

OBJECTIVO OPERACIONAL:

B.1. ASSEGURAR A ASSISTÊNCIA GERAL AOS CLIENTES

Iniciativas Estratégicas

B.1.1. OUTSOURCING DE SERVIÇOS DE APOIO AO ESTABELECIMENTO

- Actualmente a CCMUSA tem limitações em providenciar os serviços necessários para o estabelecimento de uma empresa em Moçambique ou nos Estados Unidos.
- A CCMUSA deve realizar um estudo de mercado por forma a encontrar as melhores opções para os serviços mais requisitados por investidores que vêm a Moçambique.
- Os serviços vão desde consultoria judicial a arrendamento de escritórios, por forma a cobrir a maioria dos requisitos.
- A importância da CCMUSA no processo é de representar a garantia de qualidade às instituições que apresenta.
- Os investidores beneficiam através deste serviço uma vez que podem confiar nas empresas aconselhadas pela CCMUSA. Por outro lado, as empresas ganham clientes de confiança redireccionados pela câmara, criando um sentimento de lealdade dentro da empresa.

B.1.2. CRIAÇÃO DE PERGUNTAS FREQUENTES

- A CCMUSA deve assegurar canais de assistência no caso de dúvidas ou obstáculos inesperados.
- A criação de “perguntas frequentes” é uma ferramenta necessária por forma a oferecer uma primeira assistência a investidores com dúvidas.
- A disposição de Perguntas Frequentes permite aos investidores esclarecer as dúvidas ou serem redireccionados a áreas específicas da CCMUSA e obter as respostas que precisam.
- Esta é uma iniciativa simples, com grande impacto na relação com os investidores e cidadãos interessados.

APOIO ÀS EMPRESAS



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio

OBJECTIVO OPERACIONAL:

B.2. MODERNIZAR OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Iniciativas Estratégicas

B.2.1. RENOVÇÃO DO WEBSITE

- O Website de uma organização deve ser uma referência em termos de transparência, organização e utilidade.
- Modernizar a apresentação e organização do website irá permitir satisfazer as necessidades da estrutura como uma ferramenta para anunciar eventos ou estabelecer comunicação com os associados.
- O website deverá ser a plataforma central de trabalho, representando a ponte entre a estrutura central onde toda a informação passa.
- Irá depois então satisfazer a generalidade do público que passa a ter conhecimento do trabalho da câmara e a informação técnica útil para os seus negócios.
- O Website deve apresentar informação interessante como notícias e a agenda da câmara.

B.2.2. ADESÃO DA CCMUSA ÀS REDES SOCIAIS

- A presença nas redes sociais é actualmente um requisito para manter o contacto próximo com a sociedade.
- A CCMUSA deve estar presente nas redes sociais específicas que sejam relevantes nas áreas em que actua, abrindo portas para novos parceiros, contacto com outras câmaras, promoção e divulgação gratuita dos seus eventos.

B.2.3. NEWSLETTER

- A produção de uma newsletter deve ser readoptada de forma consistente e sustentável.
- A iniciativa consiste na criação de um boletim quinzenal composto por notícias relevantes de Moçambique e dos EUA, notícias importantes de associados, mudanças na legislação, agenda de eventos e promoção dos projectos da CCMUSA.

APOIO ÀS
EMPRESAS

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio

OBJECTIVO OPERACIONAL:

B.3. POSICIONAR A CCMUSA COMO UMA REFERÊNCIA NA PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO

Iniciativas Estratégicas

B.3.1. RELATÓRIO ECONÓMICO ANUAL

- O Relatório Económico consiste numa publicação anual que contém informações importantes e notícias que terão impacto no próximo ano.
- O objectivo consiste em escrever artigos interessantes, com foco nas actividades económicas e políticas em Moçambique e nos Estados Unidos da América.
- Para diferenciar esta das várias publicações feitas em Moçambique é importante que sejam abordados assuntos diferenciados, específicos e relacionados com a o papel da Câmara na economia e sociedade.
- A produção de tais informações poderá ser feita internamente ou então externamente através do estabelecimento de parcerias com empresas especializadas em análise de mercado (preferencialmente dentro dos próprios membros da Câmara).

B.3.2. "KNOWLEDGE ON DEMAND"

- "Knowledge on Demand" representa o serviço para empresas que procuram conhecimento profundo em assuntos directamente relacionados com o seu negócio.
- A CCMUSA realiza a pesquisa com ou sem parceiros externos compondo um relatório final sobre o assunto necessário.
- Flexibilidade é a chave para o sucesso desta iniciativa, de pequenas necessidades a importantes estudos macro, a CCMUSA deve estabelecer parcerias, apresentando um produto final único com qualidade.
- No contexto de Moçambique, a CCMUSA pode representar informação fiável com conclusões bem fundamentadas.

APOIO ÀS
EMPRESAS

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio

OBJECTIVO OPERACIONAL:

B.4. PROMOTOR DE COMPETÊNCIAS

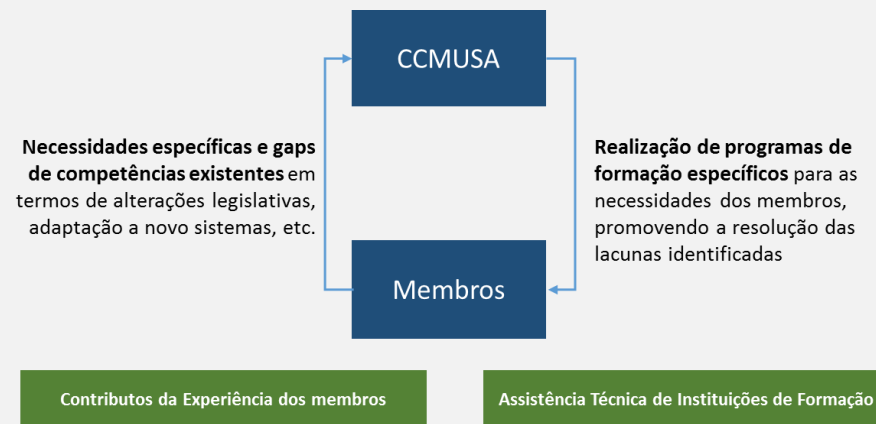
Iniciativas Estratégicas

B.4.1. PROMOTOR DE WORKSHOPS

- O factor chave para o sucesso dos Workshops é a sensibilidade às necessidades dos membros, realizando a difícil tarefa de prever falhas futuras nas competências dos seus associados.
- Os clientes internos ou externos devem ser organizados de acordo com a especialização e know-how sobre os temas e os workshops devem ser abertos para a comunidade para mostrar o trabalho da CCMUSA.
- Os workshops devem ser promovidos três a quatro vezes por ano. O evento deve ser adaptado às necessidades das empresas em termos de duração, realizando sessões curtas e concretas.
- Para tirar maior partido dos momentos de reunião, a CCMUSA pode organizar uma Happy Hour seguido de um workshop, aproveitando a oportunidade para obter feedback do workshop e promover a sua rede de contactos.

B.4.2. OFERTA DE PROGRAMAS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICOS COM PARCEIROS ESPECIALIZADOS

- Os programas de formação serão criados com base nas solicitações dos membros através de mecanismos de feedback, interação dos membros, especialistas e através da CCMUSA.



CAPACIDADE
INTERNA

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade

OBJECTIVO OPERACIONAL:

C.1. REFORÇAR A MARCA DA CÂMARA

Iniciativas Estratégicas

C.1.1. REBRANDING

- Comparando as duas opções - marca da AmCham e marca CCMUSA - a primeira representa, actualmente, mais potencial para abrir portas e aumentar a credibilidade.
- A CCMUSA deve adoptar a sua nova marca - AmCham Moçambique. Esta deve ser uma prioridade para os próximos anos, com o fim de começar a beneficiar das vantagens de ser uma AmCham o mais breve possível.

C.1.2. CONVENÇÃO DAS AMCHAMS NA ÁFRICA AUSTRAL

- A promoção de uma Convenção entre AmChams deve ser considerada uma iniciativa estratégica para a CCMUSA.
- A convenção deve ser organizada em parceria com a Câmara de Comércio Americana, a fim de chegar a instituições similares e potenciais AmChams, enriquecendo o debate e os resultados.

C.1.3. EVENTO ANUAL DE BENEFICIÊNCIA

- A seleção de projectos com grande impacto social é uma responsabilidade da câmara, bem como uma oportunidade para promover a imagem em diferentes ambientes.
- A promoção de um evento anual, como o aniversário da câmara, permitirá o lançamento de um leilão, canalizando as receitas para uma causa específica de beneficiência.

C.1.4. PORTFÓLIO DE SERVIÇOS

- O objectivo da iniciativa é a criação de um portfolio de serviços da câmara de comércio, permitindo que actuais e futuros membros melhor conheçam o alcance das actividades realizadas pela câmara.
- O portfólio de produtos inclui serviços de directoria dos membros, listas de serviços de terceirização, workshops, entre outros.

CAPACIDADE INTERNA



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade

OBJECTIVO OPERACIONAL:

C.2. OPERACIONALIZAR OS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Iniciativas Estratégicas

C.2.1. GESTÃO ONLINE DAS CONTAS DOS MEMBROS

- A criação de um espaço on-line no site para manter o controlo da conta de um membro permite à CCMUSA criar fóruns de discussão on-line, bem como promover a partilha de conteúdos.
- O banco de dados on-line de associados é um link directo para as empresas tratarem de pagamentos de quotas, bilhetes para eventos ou doações.

C.2.2. ACTIVE DIRECTORY- EMAIL INSTITUCIONAL

- À medida que diferentes parceiros ou indivíduos chegam à câmara, é importante que os contactos de e-mail sejam organizados e pertençam à instituição.
- A criação de uma active directory traz profissionalismo para a câmara, uma vez que separa o e-mail pessoal do institucional, promovendo a divulgação da imagem corporativa.

OBJECTIVO OPERACIONAL:

C.3. FORTALECER A CAPACIDADE DE RECURSOS HUMANOS

C.3.1. PROGRAMA DE ESTÁGIOS

- Estabelecimento de contratos de curta duração com recém-licenciados para executar projectos ou tarefas específicas. Esta iniciativa é muito importante para combater as lacunas existentes na actual equipa da CCMUSA.
- Os estagiários serão seleccionados de acordo com as necessidades da CCMUSA no momento. Numa análise de médio prazo, as principais necessidades da CCMUSA estão relacionadas com a área de sistemas de informação e marketing/comunicação.

CAPACIDADE INTERNA



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:

Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade

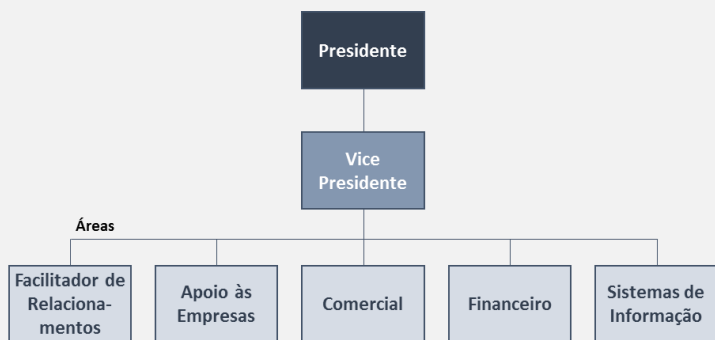
OBJECTIVO OPERACIONAL:

C.3. FORTALECER A CAPACIDADE DE RECURSOS HUMANOS

Iniciativas Estratégicas

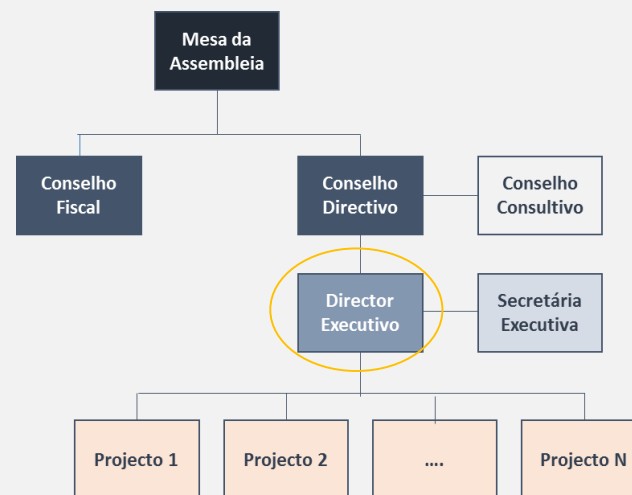
C.3.2. ORGANIZAÇÃO DO CONSELHO DIRECTIVO DE ACORDO COM ÁREAS ESPECÍFICAS

- Para potenciar a estrutura actual, aumentando a sua eficiência, é necessário estabelecer diferentes graus de poder de decisão e áreas de actuação. A criação de áreas de actuação permite que a câmara alcance mais investidores e instituições interessadas.



C.3.3. ALOCAÇÃO DE UM DIRECTOR EXECUTIVO

- A contratação de um director executivo é fundamental, a fim de introduzir o ritmo e a capacidade de gestão necessária.



**CAPACIDADE
INTERNA****OBJECTIVO ESTRATÉGICO:**

Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade

OBJECTIVO OPERACIONAL:**C.4. CONSOLIDAR A POSIÇÃO FINANCEIRA DA CCMUSA****Iniciativas Estratégicas****C.4.1. DIVERSIFICAR FONTES DE RECEITA**

- Para diversificar a estrutura dos rendimentos da câmara é necessário fazer uma análise constante dos eventos promovidos, em busca de oportunidades de margens de lucro e pagamentos extras para não-membros.
- Venda de espaços de publicidade no site ou em eventos são soluções que podem aumentar as fontes de receita.

C.4.2. REVER A POLÍTICA DE QUOTAS

- Consiste no estudo da estrutura de quotas actual e na análise do mercado. Apesar da revisão da política de quotas poder resultar nos preços aplicados actualmente, é necessário entender se esta é a melhor estrutura.
- É também importante descobrir se existem oportunidades para atrair novos membros através de campanhas de preços ou outras promoções de preços semelhantes.

C.4.3. PLANEAMENTO DA CAMPANHA DE EXPANSÃO

- A expansão da base de associados é planeada em dois passos: primeiro a reinscrição de ex-associados e segundo o foco em novos associados.
- A campanha de expansão pode ser abordada por duas vias: passiva – promoção de inscrições através dos canais de comunicação da CCMUSA – e activa – onde a câmara toma o primeiro passo a convidar novos associados.

C.4.4. MELHORAR A CAPACIDADE DE COMUNICAÇÃO

- A CCMUSA deve manter o controle de indicadores importantes, como a cobrança de quotas e gestão da rentabilidade de cada serviço ou evento.
- A câmara deve criar, de forma regular, relatórios internos, relatórios externos e indicadores específicos para monitorar as actividades, com diferentes metas e objectivos.

Agenda

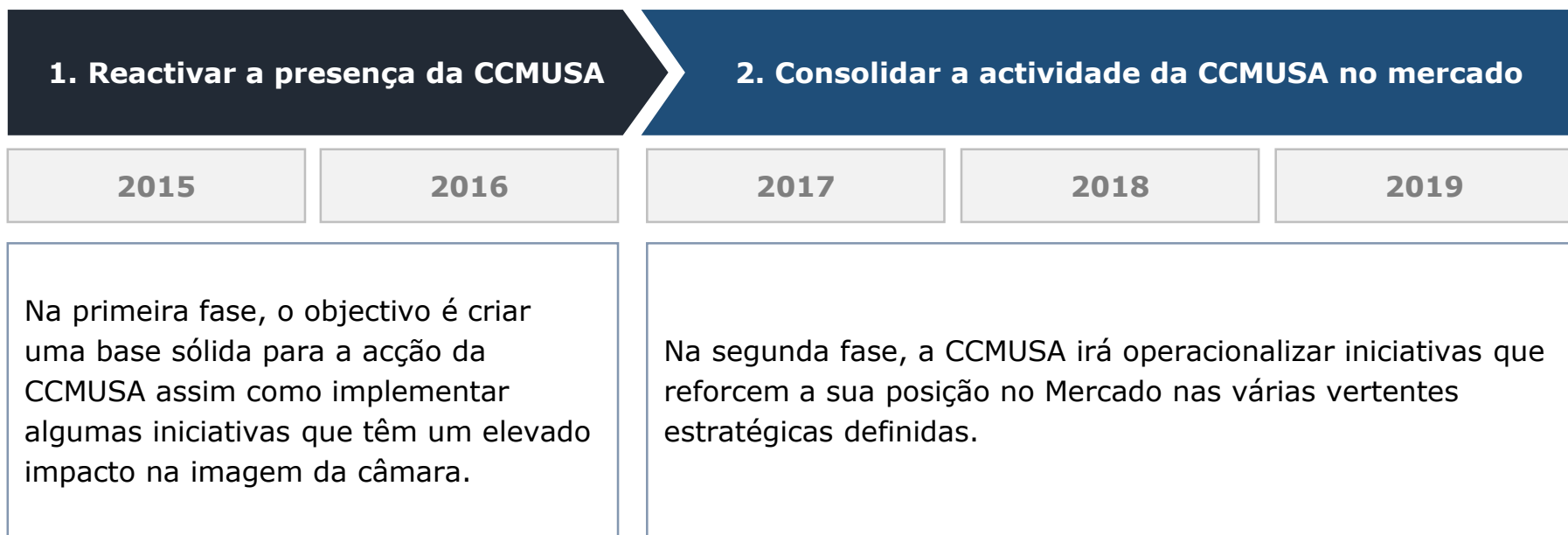
1. Mapa Estratégico

2. Iniciativas

3. Modelo de Implementação

O Plano Estratégico é construído por um período de 5 anos. Assim, é necessário gerir os recursos e os resultados esperados, a fim de implementar as iniciativas de uma forma consistente. O modelo de implementação mostra a distribuição ao longo do ano da introdução de novas iniciativas.

Modelo de Implementação



Para cada ano, está prevista a implementação das iniciativas apresentadas no plano estratégico, às quais estão associados indicadores de acompanhamento que permitem à CCMUSA ser capaz de avaliar e monitorar constantemente as suas actividades e políticas.

Modelo de Implementação



**FACILITADOR DE
RELACIONAMENTOS**

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, seus associados e autoridades públicas.				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	A.1. Desenvolver Relacionamentos Internos			
Actividades	A.1.1 Directório Comercial	Percentagem de membros presentes no directório comercial	50%	95%
	A.1.2 Comemorações da Câmara	Implementação das Comemorações da Câmara	-	Yes
	A.1.3. Relançamento das <i>Happy Hours</i>	Número de Happy Hours por ano	3	6
	A.1.4 Descontos a Associados	Número de Descontos	-	10
	A.1.5 Mecanismos de Feedback	Número de entrevistas a associados	6	12
Nível de Satisfação no Questionário (escala de 1 a 6)		3	5	

Modelo de Implementação



**FACILITADOR DE
RELACIONAMENTOS**

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Reforçar a posição da CCMUSA como plataforma para relações bilaterais entre os dois países, associados e autoridades públicas				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	A.2. Promover as Relações Bilaterais entre os Países			
Actividades	A.2.1. Promover o contacto com a Embaixada Moçambicana nos EUA e a Câmara de Comércio Americana	Contacto Estabelecido	-	Sim
	A.2.2. Reforçar a relação de proximidade com a Embaixada dos Estados Unidos em Moçambique	Embaixada Americana em Moçambique no Conselho Consultivo	Sim	Sim
	A.2.3. Participação em feiras de negócio e missões comerciais	Número de Feiras e Missões com participação da CCMUSA	-	2
Objectivo Operacional	A.3. Melhorar a Influência Política da CCMUSA Junto do Governo e de Outras Entidades Locais			
Actividades	A.3.1. Fortalecer a relação com a CTA	Número de presenças da CCMUSA em reuniões da CTA	2	4
	A.3.2. Almoços de Negócio	Número de Almoços de Negócio	1	3
	A.3.3. Conselho Consultivo	Número de reuniões do Conselho Consultivo	1	2

Modelo de Implementação



**APOIO ÀS
EMPRESAS**

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	B.1. Assegurar a assistência geral aos clientes			
Actividades	B.1.1. Outsourcing de serviços de apoio ao estabelecimento	Número de entrevistas com potenciais parceiros de outsourcing	-	8
		Número de acordos com empresas de outsourcing	-	4
	B.1.2. Criação de Perguntas Frequentes	Perguntas Frequentes implementadas	Sim	Sim
Objectivo Operacional	B.2. Modernizar Canais de Comunicação			
Actividades	B.2.1. Renovação do Website	Número de visitas ao website	a.d.	a.d.
	B.2.2. Adesão da CCMUSA às redes sociais	Número de visitas nas redes sociais (Facebook e LinkedIn)	a.d.	a.d.
	B.2.3. Newsletter	Número de Newsletters produzidas por ano	50	100



**APOIO ÀS
EMPRESAS**

Modelo de Implementação

OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Transformar a CCMUSA numa plataforma reconhecida para o estabelecimento e desenvolvimento do negócio				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	B.3. Posicionar a CCMUSA como uma referência na produção de informação			
Actividades	B.3.1. Relatório Anual Económico	Publicação do Relatório Económico	-	Sim
		Nível de Satisfação com o Relatório (escala de 1 a 6)	-	5
	B.3.2. "Knowledge on Demand"	Número de requisitos de "Knowledge on demand"	-	2
		Número de relatórios produzidos através do "Knowledge on Demand"	-	1
Objectivo Operacional	B.4. Promotor de competências			
Actividades	B.4.1. Promotor de Workshops	Número de Workshops	1	2
		Número de participantes em cada workshop	15	25
	B.4.2. Supply of specific training programs with specialized partners	Número de pedidos dos membros de programas específicos de formação	-	2
		Número de programas específicos de formação desenvolvidos e executados pela CCMUSA	-	1

Modelo de Implementação



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	C.1. Reforçar a Marca da Câmara			
Actividades	C.1.1. Rebranding	Nova marca da CCMUSA (AmCham Mozambique)	Sim	Sim
	C.1.2. Convenção das AmChams na África Austral	Número de parcerias 'AmCham' na África Austral	-	5
	C.1.3. Evento Anual de Beneficência – Aniversário da CCMUSA	Evento Anual de Beneficência	-	Sim
	C.1.4. Portfólio de Serviços	Número de portfólios enviados a potenciais associados	20	30
Objectivo Operacional	C.2. Operacionalizar os Sistemas de Informação			
Actividades	C.2.1. Gestão Online das contas dos Membros	Número total de visitas à área de membros no site	a.d.	a.d.
	C.2.2. Active Directory – E-mail Institucional	E-mail institucional implementado	Sim	Sim

Modelo de Implementação



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	C.3. Fortalecer a capacidade de recursos humanos			
Actividades	C.3.1. Programa de Estágios	Número de Estagiários	2	4
		Nível de Satisfação da equipa da CCMUSA (escala de 1 a 6)	3	5
	C.3.2. Organização do Conselho Directivo de acordo com áreas específicas	Nova organização do Conselho Directivo implementada	Sim	Sim
	C.3.3. Alocação de um Director Executivo	Director Executivo em actividade	Sim	Sim
Objectivo Operacional	C.4. Consolidar a Posição Financeira da CCMUSA			
Actividades	C.4.1. Diversificar fontes de receita	Percentagem da receita da CCMUSA proveniente de propinas	90%	60%
	C.4.2. Revisão da política de quotas	Nova política de quotas implementada	Sim	Sim

Modelo de Implementação



OBJECTIVO ESTRATÉGICO:				
Reforçar a capacidade operacional da CCMUSA, promovendo a sua sustentabilidade				
Objectivos Operacionais e Actividades		Indicadores	Objectivo	
			2 anos	5 anos
Objectivo Operacional	C.4. Consolidar Posição Financeira da CCMUSA			
Actividades	C.4.3. Planeamento da campanha de expansão	Número de associados (por ano)	15	25
		Número de entradas de ex-associados (por ano)	5	10
		Número de contactos formais feitos a potenciais associados (por ano)	15	30
	C.4.4. Melhorar capacidade de comunicação	Número de relatórios internos a enviar aos associados	2	4
		Avaliação do Nível de Satisfação da capacidade de comunicação (escala de 1 a 6)	3	5