



**EMPREENDEDORISMO EM CABO VERDE:
O CASO DA AGÊNCIA PARA DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E INOVAÇÃO**

Milú Varela Moreira

**Relatório de Estágio Profissional
Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização**

Porto – 2015

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



**EMPREENDEDORISMO EM CABO VERDE:
O CASO DA AGÊNCIA PARA DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E INOVAÇÃO**

Relatório de Estágio apresentado ao Instituto de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização, sob orientação de Prof. Doutor Orlando Lima Rua

Porto – 2015

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

Resumo

Este estágio tem como objetivo fundamental estudar o empreendedorismo em Cabo Verde, para assim compreender o processo empreendedor de criação de empresas neste país.

A metodologia utilizada compreendeu a revisão da literatura das temáticas estudadas e a análise do Programa CRIA da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI).

Ao longo do estágio foram desenvolvidas atividades no âmbito do empreendedorismo que contribuíram para a melhoria das competências técnicas e profissionais dos empreendedores, tendo este permitido à estagiária maximizar o aproveitamento das oportunidades disponíveis nesta área em Cabo Verde.

Os resultados do estágio confirmam a aplicação dos conhecimento teóricos e práticos adquiridos ao longo do mestrado, permitindo o enriquecimento e consolidação destes através das atividades realizadas.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Programa CRIA, criação de empresas, desenvolvimento económico, Cabo Verde.

Abstract

The main goal of the internship is to study Cape Verde's entrepreneurship, in order to understand the entrepreneurial process in businesses creation in this country.

The methodology used involved the literature review of the studied themes and the analysis of the CRIA Programme of the Agency for Enterprise Development and Innovation (ADEI).

During this internship it was developed activities under the entrepreneurship that contributed to the improvement of technical and vocational skills, and this allowed the intern to maximize the use of the opportunities available in this area in Cape Verde.

Th internship results confirm the application of theoretical and practical knowledge acquired during the Master, allowing the enhancement and consolidation of these through the performed activities.

Keywords: Entrepreneurship, CRIA Program, business creation, economic development, Cape Verde.

Dedicatória

À memória dos meus pais Ernestina Cabral Varela e Juvenal Moreira,

Eternas Saudades.

Agradecimentos

Um especial agradecimento aos meus irmãos que me deram todo o apoio necessário durante esse percurso, tendo sido meu amparo.

Ao Prof. Doutor Orlando Lima Rua, queria expressar a minha profunda gratidão, pelas sábias ideias, sugestões de apoio e motivação ao longo de todo este processo de aprendizagem.

Agradeço à minha amiga Sara Macriny, ao meu amigo Lucas Tavares e demais amigos envolvidos que sempre me deram força e estiveram na origem de tudo. A toda equipa da ADEI, pelo apoio, simpatia e disponibilidade, bem como pela forma como me receberam durante o período de estágio.

Um especial agradecimento a todos, em especial ao coordenador da Unidade de Inovação e Empreendedorismo, Dr. José Teixeira, à minha supervisora de estágio (Técnica de UIE), Benilde Carvalhal, ao presidente da ADEI Frantz Tavares, e à Gestora de Recursos Humanos Gilda Ramos que muito me ajudaram nesse percurso.

Obrigada a todos.

Lista de Abreviaturas

ADEI - Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação

AJEC – Associação Jovens Empresários

A.S.A – Achada Santo António

BCA – Banco Comercial do Atlântico

BIC - Business Incubation Center

CEFP – Centro de Emprego e Formação Profissional

CMRGS – Câmara Municipal de Ribeira Grande de Santiago

CPV – Centro Profissional de Variante

CCISS - Câmara de Comércio e Indústria Sotavento

CONFAR - Computer Model for Feasibility and Reporting

CCB/AE – Câmara de Comércio de Barlavento/Agremiação Empresarial

EAOVCV – Escola de Artes e Ofícios de Cabo Verde

EHTCV – Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde

ES - Escola Secundária

ENG - Escola de Negócios e Governação

EUA – Estados Unidos da América

GEM – Global Intrepreneurship Monitor

GCR – Global Competitiveness Resort

I&D – Investimento Direto Estrangeiro

MB – Muito Bom

MPME's - Micro Pequenas e Médias Empresas

ME - Momento do Empreendedor

MESCI – Ministério do Ensino Superior Ciência e Inovação

MPME - Micro Pequenas e Médias Empresas

NES - Inquérito Nacional de Especialistas

OMC – Organização Mundial do Comércio

PIB – Produto Interno Bruto

PDE – Programa de Desenvolvimento Empresarial

PME's - Pequenas e Médias Empresas

REMPE - Regime Especial das Micro Pequenas Médias Empresas

RGS – Ribeira Grande de Santiago

SIDS – Small Islands Developing States

TEA – Taxa da Atividade Empreendedora

TIC – Tecnologias de informação e comunicação

UDE - Unidade de Desenvolvimento Empresarial

UIE - Unidade de Inovação e Empreendedorismo

TEA - Total Early-Stage Entrepreneurial Activity – Taxa de atividade empreendedora

Índice

Resumo	II
Abstract	III
Dedicatória	IV
Agradecimentos.....	V
Lista de Abreviaturas.....	VI
Introdução.....	1
Capítulo 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	2
1.1.Contextualização.....	2
1.2. Empreendedorismo	3
1.2.1. Conceito	3
1.2.3. O empreendedor e suas características	6
1.2.4. O processo empreendedor.....	9
1.2.5. Empreendedorismo por necessidade vs empreendedorismo por oportunidade	9
1.2.6. Empreendedorismo e Inovação	11
Capítulo 2 - EMPREENDEDORISMO EM CABO VERDE	13
2.1. Enquadramento	13
2.2. Contributo do Empreendedorismo para Cabo Verde.....	15
2.4. Empreendedorismo e crescimento económico: Uma análise empírica	22
Capítulo 3 - O CASO DA AGÊNCIA PARA DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E INOVAÇÃO	25
3.1. Enquadramento	25
3.2. Apresentação da ADEI.....	25
3.3. Unidades orgânicas.....	28
3.4. O Programa CRIA da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação	40
Capítulo 4 - ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO	42
Referências Bibliográficas.....	47
Anexos	53

Índice de Gráficos e Tabela

Gráfico 1: Aceitação social do Empreendedorismo (% da população adulta).....	16
Gráfico 2: Empreendedores Potenciais (% da população adulta).....	17
Gráfico 3: Intenção de iniciar uma atividade empreendedora (% da população adulta).....	18
Gráfico 4: Negócios Estabelecidos e novos Negócios.....	18
Gráfico 5: Total do Empreendedorismo em Cabo Verde segundo TEA.....	19
Gráfico 6: TEA vs Empreendedores Estabelecidos.....	20
Gráfico 7: Cabo Verde e o enquadramento Institucional do Empreendedorismo.....	22

Índice de figuras

Figura 1: Fases do estudo de Empreendedorismo em Cabo Verde segundo GEM.....	21
Figura 2: Empreendedorismo e Desempenho Económico.....	23
Figura 3: Fatores endógenos do Desenvolvimento Económico e Empreendedorismo.....	24
Figura 4: Logotipo da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação.....	25
Figura 5: Pilares de atuação.....	27
Figura 6: Organigrama.....	28
Figura 7: Posicionamento dos PDE no ciclo de vida das Empresas.....	29

Introdução

O estágio profissional é uma ferramenta necessária e indispensável na vida académica, uma vez que prepara o estagiário para uma carreira profissional, com vista a capacitá-lo para desafios futuros.

O estagiário deve demonstrar as capacidades, competências e aptidões adquiridas, consubstanciando-se como uma etapa fundamental no seu processo de desenvolvimento e aprendizagem, promovendo ainda oportunidades de desenvolvimento pessoal, aquisição de novos conhecimentos e de atitudes relacionadas com a profissão a prosseguir. Tais oportunidades foram identificadas e exploradas na Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI), instituição cabo-verdiana de referência cuja missão compreende o estímulo do empreendedorismo neste país.

Além disso o programa de estágio permite a troca de experiências com os colaboradores de uma organização, bem como o intercâmbio de novas ideias, conceitos, planos e estratégias. A sua realização alia conhecimento académico com a experiência vivencial do ambiente de trabalho, uma vez que ilustra e contempla na prática os temas que foram abordados durante o percurso académico.

O presente relatório enquadra-se no âmbito do estágio profissional, requisito para a obtenção do grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização, pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, do Instituto Politécnico do Porto, realizado na ADEI, com uma duração de 6 meses, sob a orientação da técnica da Unidade de Inovação e empreendedorismo.

O trabalho encontra-se dividido por capítulos. O primeiro refere-se à fundamentação teórica do empreendedorismo. O segundo aborda o empreendedorismo em Cabo Verde. O terceiro refere-se à apresentação da ADEI e do caso do Programa CRIA, ou seja a criação de empresas e o seu funcionamento. O quarto e último capítulo indica e caracteriza as atividades desenvolvidas ao longo do estágio. Finalmente, são apresentadas as conclusões.

Capítulo 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1.Contextualização

O empreendedorismo em Cabo Verde, e o caso da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação, é o tema deste relatório que tem por objetivo apresentar o conhecimento teórico abordado durante o curso de Empreendedorismo e Internacionalização, e o estágio realizado na área que se refere, com a intenção de obter uma melhor preparação e adaptação para o mundo empresarial futuro.

Segundo ADEI (2013), o empreendedorismo em Cabo Verde fez-se sentir tarde, apesar de o povo cabo-verdiano desde sempre ter sido considerado empreendedor. Nesse contexto, a mesma fonte sustenta que foram criadas instituições importantes para responder às solicitações dos empreendedores que procuram apoio técnico para abrir um negócio, aquisição de financiamento, ou ainda reforço de um negócio já implementado. Doravante, estas instituições são, a ADEI (Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação), a AJEC (Associação Jovens Empresários de Cabo Verde), a Cabo Verde Investimentos, que apresentam disponibilidade para ajudar as pessoas empreendedoras, tanto no apoio técnico, como financeiro BCA (Banco Comercial do Atlântico), Novo Banco, e outras Instituições de Crédito) acompanhando-lhes na implementação do negócio, com o intuito de melhorar o ambiente de negócio.

O empreendedorismo, visto como um tema moderno e pertinente que vem propagando o país num ritmo cada vez mais alucinante, despertando maior interesse por parte do Governo, e diversos agentes ligados ao setor empresarial e da própria sociedade, vale a pena explorá-lo. Daí o meu interesse pelo estudo. Assim, todos os suportes motivacionais que justificam o principal interesse pelo tema, devem-se ao facto da importância do empreendedorismo no combate ao desemprego, redução da pobreza, bem-estar da população, melhorias na economia do país e contributo para o desenvolvimento sustentável.

O objeto de estudo será o empreendedorismo em Cabo Verde, o Programa CRIA aliado à criação de empresas, e desenvolvimento económico, um tema de real importância no desenrolar deste trabalho, consubstanciando-se o principal objetivo no conhecimento da realidade do empreendedorismo neste país.

1.2. Empreendedorismo

1.2.1. Conceito

Dornelas (2008) sustenta que o estudo do empreendedorismo é recente, visto como um tema primordial de debates nas várias instâncias públicas e privadas, e que pode ser um processo que origina a transformação de ideias em oportunidades que envolve pessoas. O mesmo autor refere que o empreendedorismo implica, em primeiro lugar, a criação de algo novo e de valor, em segundo lugar a dedicação e o comprometimento de tempo e esforço que é necessário para implementar um negócio e posteriormente o seu crescimento, e em terceiro lugar, assumir os riscos, decisões e críticas.

O autor sustenta que, vivemos em tempos modernos, onde a flexibilização das empresas e indivíduos é um fator importante para responder às solicitações do mercado. E a aposta no empreendedorismo tem sido um dos meios para responder a estas solicitações.

Ainda continuando com Dornelas (2008), acrescenta que, a sociedade em que vivemos, a cada dia que passa verifica-se dificuldades de empreender e permanecer no mercado. E o empreendedorismo tem sido objeto de estudo nos diferentes campos de saber, tendo figurado uma temática prioritária, por ser considerado o “motor do desenvolvimento económico e social. Isto porque os empregos tradicionais, estão cada vez mais escassos, e as pessoas sentem a necessidade de encontrar novos caminhos, ou seja, novas oportunidades para desenvolver novas carreiras, e manterem-se economicamente ativos.

O campo de estudo do empreendedorismo é bastante complexo, criando muitas áreas de especialização, devendo o respetivo estudo abarcar as diferentes abordagens. Entretanto, foram definidas três abordagens como, a abordagem dos económica que teve início com, Say (1983), Shumpeter (1961), e Rossetri (2003). A abordagem gerencial/empresarial, segundo Dornelas (2008), está associada á capacidade de identificar uma oportunidade. E por último a corrente comportamentalista, que analisa o perfil do empreendedor desenvolvida a partir dos estudos feitos por David McClelland, (1961), Gries e Naudé (2011), e Marques et al (2010), tendo sido aquela que mais cresceu nos últimos 50 anos, assentando na criatividade e intuição, pondo em evidência diversas características psicológicas e sociológicas do comportamento do empreendedor.

Segundo o Guia do Empreendedor (ADEI, 2015, p. 7), “*o empreendedorismo está associado à criação de negócios, geralmente às Micro e Pequenas Empresas*”. A mesma fonte acrescenta que, o empreendedorismo não é apenas abrir novas empresas, mas sim, um processo que é dinâmico, em que visa a identificação de oportunidades, o desenvolvimento de um conceito de negócio, a avaliação e aquisição dos recursos necessários, a implementação de conceito de negócio e a gestão e recolha de resultados.

Sustenta ainda a mesma fonte que, existem alguns fatores que caracterizam o empreendedorismo, como a inovação, que é dado pelo desenvolvimento de produtos, serviços e processos novos únicos, ou significativamente melhorados, que representem solução para

problemas que são identificados no mercado, a assunção ao risco, (ou seja, uma determinação de prossecução de oportunidades com uma certa probabilidade de insucesso, e pró-atividade, ou ainda persistência e criatividade em ultrapassar obstáculos até que o conceito de negócio esteja totalmente implementado)

Nesta óptica, Baumol (1990), sustenta que o empreendedorismo é “*omnipresente*”, e que a sua forma é simplesmente guiada pelo contexto institucional em que opera a atividade empresarial, que poderá ser tanto negativa como positiva, uma vez que, porque segundo Sanyang, 2009, p. 319), o empreendedorismo é um processo e não um fenómeno estático.

No entanto, outros autores como Frijs et al. (2002) relacionaram o empreendedorismo com o papel do empresário e a sua tomada de decisão e/ou escolha. Defendem que o empreendedorismo está associado a mudanças, e está relacionado com a escolha, e com o papel dos empresários, onde incluindo a coordenação, a inovação, a incerteza, a oferta de capital, decisão e a fabricação de recursos.

1.2.2. Evolução do conceito

Para muitos o campo de pesquisa em empreendedorismo é relativamente novo. Já os pensamentos pioneiros defendem a sua existência, desde há muito tempo. Landstrom et al. (2012), que relacionaram o ano da existência do empreendedorismo com o comércio e intercâmbio entre indivíduos na sociedade. No entanto esses autores sustentam que o conceito não era discutido, como nos dias de hoje, e que começou a ser discutido a partir da evolução dos mercados, em que as pessoas começaram-se a interessar pelo fenómeno. Ainda com Landstrom et al (2010), sustentam que durante a Idade Média, as condições de mercado foram modificados, e o empreendedorismo evoluía com base nas classes comerciais e na ascensão das cidades.

Leite (2002, p. 51), acredita que é “*interessante entender a origem do termo empreendedorismo e que conceito tem evoluído no tempo e no espaço em paralelo com a dinâmica empresarial, e com a evolução da sociedade*”.

O conceito de empreendedorismo existe há muito tempo, e usado com diferentes significados (Sarkar, 2007). Para o mesmo autor, a popularidade do termo empreendedorismo renasceu nos últimos tempos, provocando a ideia de uma descoberta súbita, e ao mesmo tempo, abrindo portas para a economia.

Aproveitando ainda Sarkar (2007), nas suas teorias acrescentou que, a palavra empreendedorismo deriva do Francês “*entre e prendre*”, que significa, estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor, e que muitas vezes é dada uma conotação diferente à palavra empreendedorismo devido a conotações e significados que têm sido utilizados desde há muitos séculos.

Entretanto, Sousa (2001), veio fortalecer esta teoria, acrescentando que, o empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra americana *entrepreneurship*, que deriva do Latim *imprehendere*, tendo seu correspondente “empreender”, que surgiu na língua Portuguesa no século XV, e que, a palavra empreendedorismo remonta a história militar Francesa, no século XVII, onde fazia referência a pessoas que se comprometiam em conduzir expedições militares, atribuindo ao economista Irlandês de origem Francesa, do século XVIII (Richard Cantillon), o primeiro uso do termo *entrepreneur* no contexto empresarial para se referir a alguém que compra bens e serviços a um determinado preço. O autor ainda usou a palavra *entrepreneur* (em inglês, *entrepreneurship*), para apelidar novos empresários e pessoas que possuem um negócio próprio.

Nesta mesma óptica, Landstrom (2010), acrescenta que, a evolução dos estudos científicos acerca do empreendedorismo foi adquirindo significados mais complexos e completos ao longo do tempo.

Os primeiros movimentos académicos sobre o empreendedorismo tiveram início no ano 1940, no Harvard Business School e que em 1950 foi instituído o International Council for Small Business Sousa (2001). Já a partir desta data, segundo o mesmo autor, começaram-se a realizar congressos, eventos, e feiras, que por sua vez deram origem a enciclopédia do empreendedorismo e vem apoiando a disseminação de pesquisas sobre o empreendedorismo.

Normalmente as definições sobre o empreendedorismo que mais prevalecem são as definições intituladas pelos autores Hisrich et al. (2002), em que descrevem o empreendedorismo como um processo de criação de algo diferente e que possui valor, onde é dedicado o tempo e o esforço necessário, onde é assumido riscos financeiros, psicológicos e sociais, e, posteriormente, recompensas da satisfação pessoal e económica.

O fenómeno do empreendedorismo tem vindo a alargar nas mais diversas áreas, e com destaque para os setores privados. Uma das razões é o forte impacto no desenvolvimento económico, fomento do emprego e desenvolvimento financeiro dos países, aliado a inovação de produtos e serviços.

Entretanto Dolabela (1999, p. 43) sustenta que, o empreendedorismo é “*um neologismo derivado da livre tradução da palavra americana *entrepreneurship* onde é usada para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, e seu universo de atuação*”. Outros autores como Resende et al (2006), defendem que o empreendedorismo não passa de um simples ato de realização. Esta realização pode ser da pessoa em si, ou de uma equipa empreendedora.

Para Razzolini (2012), os economistas começaram a estudar de forma minuciosa o empreendedorismo, somente depois do século XVII, onde entendiam-se que o empreendedor era qualquer individuo que criava e conduzia um empreendimento, e que com isto passava a ser visto como importante agente de mudanças, e o empreendedorismo uma importante peça para a evolução da economia e da sociedade. Para Drucker (1987, p. 25), o

empreendedorismo é Prática, visão de mercado, evolução do trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios”, ou seja, é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em negócio diferente. Já o Dolabela (1999, p. 31), sustenta que, o empreendedorismo também está ligado a práticas e valores das pessoas, e que existem famílias mais empreendedoras do que outras, sendo que podemos ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...], podendo assimilar experiências de terceiros.

1.2.3. O empreendedor e suas características

Ferreira (2009) sustenta que, muitos são os estudos feitos para identificar o perfil do empreendedor, e que até então não foram apresentados estudos conclusivos acerca da existência do perfil e/ou características de um empreendedor. Do seu ponto de vista, os empreendedores não são grupos uniformes, ou seja, podem apresentar-se sob diversas formas ou características, e defende a sua complexidade acrescentando que existem características individuais que são impulsionadores à vontade de empreender, assim como fatores externos ao indivíduo que condicionam esta motivação.

O perfil empreendedor é que destaca os pontos fortes e fracos presentes na personalidade, e serve de objeto para obter uma análise, permitindo planejar ações formativas de capacitação da atividade empreendedora.

Hisrich et al. (2004) sustenta que, encontramos em quase todas as definições do empreendedorismo uma espécie de comportamento que inclui tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos com o intuito de transformar recursos para proveito prático. Para o economista, o empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos de modo a tornar o seu valor maior do que antes, introduzindo mudanças e inovação.

É preciso sair da zona de conforto, para poder estar em sintonia com a sociedade, aproveitar as oportunidades, e fazer crescer o negócio. Nesta óptica, Drucker (2001), associa o empreendedor à inovação, e acrescenta que pessoas que inovam são empreendedores, e que a inovação é o meio pelo qual se encontra oportunidade para um negócio ou serviço diferente.

Ainda no perfil empreendedor, é importante realçar que não existe um único perfil do empreendedor, hoje pode ser um empregado, um desempregado, um professor, um médico, um vendedor ambulante, um pedreiro, um estudante, um professor, uma dona de casa, e posteriormente um empreendedor de sucesso. Ninguém nasce empreendedor, mas podemos identificar um conjunto de características mais pertinentes nos empreendedores. Para Schumpeter (1942), esta característica não é inata, nem hereditária, embora existam diferentes combinações de características que não são frequentes, que associam ao perfil empreendedor.

Schumpeter acrescenta ainda que, empreendedor é um agente de processo de “destruição criativa”, e que serve de impulso para acionar e segurar o motor capitalista, na medida em que

cria produtos, adotando novos métodos de produção, novos mercados, e sobrepondo aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

O mesmo autor descreve o empreendedor como um indivíduo que possui sonho e vontade de construir um império pessoal, vontade de fazer conquistas com impulso de lutar, de mostrar-se superior aos outros, de ser bem-sucedido (sucesso em si mesmo), sente alegria de criar e realizar coisas (ou então simplesmente empregar a própria energia), e cria novos empreendimentos, onde o ganho pecuniário é uma expressão consumada do sucesso. Para ele esse tipo de personalidade seria inata ao indivíduo.

O termo empreendedor é utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente aquele indivíduo que dedica de uma forma inovadora à organização, administração ou execução de atividades nas organizações, gerando riquezas ou transformação de conhecimentos e bens em novos produtos ou serviços com reconhecido valor acrescentado e impacto económico e social (ADEI, 2013). No entanto Dornelas (2008), sustenta que, o empreendedor possui características extras, que lhe diferenciam do seu comportamento.

Portanto, são características genericamente aceites do empreendedor segundo Dornelas (2008) as seguintes:

- 1) aceitação do risco – Ainda que muitas vezes seja cauteloso e precavido, o empreendedor aceita riscos;
- 2) ambição – Aquele que procura fazer sempre mais e da melhor forma possível, não se contenta com o que já conseguiu. Tem por objetivo chegar um pouco mais além do que da última vez, por isso para ele não progredir significa estagnar;
- 3) autoconfiança – Acredita em si mesmo. O acreditar em si mesmo torna-lhe mais fácil tomar uma iniciativa. A confiança em si mesmo faz o indivíduo ariscar mais, oferecer para realizar tarefas desafiadoras, e torna-se mais empreendedor;
- 4) auto motivação e entusiasmo – Pessoas que empreendem possuem capacidade de auto motivar-se associando tarefas com os desafios, sem pensar em prémios, como por exemplo uma compensação financeira. A motivação permite-lhes entusiasmarem-se com suas ideias e projetos;
- 5) capacidade de trabalho em equipa – empreendedor é aquele que cria equipa, delega, acredita nos outros e obtém resultados por meio de outros indivíduos;
- 6) conhecimentos técnicos – Não basta somente características empreendedoras, é necessário adquirir conhecimentos técnicos, como por exemplo uma formação em empreendedorismo, para adquirir novos conhecimentos;
- 7) criatividade – A concorrência está a aumentar com frequência e á medida que aumenta, aumenta a necessidade de criar novas coisas em novos mercados. O fazer as coisas da mesma forma já não traz vantagens. É preciso que o empreendedor vá mais longe, apostando na criatividade, para poder evoluir os seus negócios;

- 8) iniciativa – o empreendedor não fica à espera que o Governo, o empregador, um familiar, venha resolver os seus problemas. Ter iniciativa é o mesmo que ter capacidade para agir e partir para a solução;
- 9) liderança – o empreendedor possui capacidade de planejar um projeto e pô-lo em prática, liderando a equipa que com ele trabalha;
- 10) otimismo – o empreendedor acredita nas oportunidades/possibilidades que o mundo presenteia, acredita na possibilidade de solução dos problemas, e acredita no potencial de desenvolvimento. É otimista, o que não significa sonhador iludido;
- 11) persistência – o empreendedor, por estar motivado, convicto, entusiasmado e crente nas possibilidades, é capaz de persistir até que conseguir o que realmente quer;

Em Cabo Verde por exemplo as características que mais identificam um cabo-verdiano, são:

A criatividade, ambição, Auto motivação, iniciativa e otimismo.

Segundo Alam (2005, p. 266), “*a probabilidade de se tornar um empreendedor varia de pessoa para pessoa*”. Uma pessoa que possui algumas características específicas que tenham um impacto positivo sobre o empreendedorismo, assim, a pessoa consegue ser empreendedor com mais facilidade.

Outros autores consideram a idade como um fator importante que influencia o indivíduo na tomada de decisão de empreender (Lin et al. 2000 e Sandner et al 2009).

Para estes autores, os adultos são mais propensos a se tornarem empreendedores do que pessoas mais jovens, uma vez que são vistos como mais experientes, quando se trata de oportunidades económicas disponíveis na sociedade. Possuem, além disso maior capital humano e mais autoconfiança do que pessoas mais jovens. Alam (2005, p. 266), defende entretanto que, “*essas pessoas mantêm-se ativas numa faixa etária de 40 a 50 anos, e que depois dessa faixa etária tende a ser mais passivas*”. Entretanto, Miller (1984) indicou a idade com maior impacto no empreendedorismo entre 35 a 44 anos.

Já o Taylor et al (2004), e Yang et al (2008), acreditam que a idade não define o perfil empreendedor. Calvo et al (1980) apontaram para a educação como um fator que poderá influenciar a decisão empresarial dos indivíduos, afirmando que a educação reforça a capacidade de gestão de pessoas.

É óbvio que a educação também influencia na tomada de decisão de empreender. Uma sociedade que está orientada para a educação empreendedora muitas vezes nascem novos empreendedores, porque as pessoas já estão mobilizadas e consciencializada para tal. Assim concluiu Alam (2005), que em consonância com estes diferentes canais de impactos da educação sobre como se tornar empreendedor, as evidências empíricas sobre a relação entre a educação e a decisão de um individuo para começar um negócio não estão associados.

1.2.4. O processo empreendedor

Segundo Hisrich *et al* (2004) o processo empreendedor é composto por quatro etapas:

- 1) identificação e avaliação da oportunidade;

Porque numa sociedade onde existe muita concorrência, temos que saber identificar as oportunidades de negócios e avaliá-las bem. Só assim conseguimos obter sucesso e diferenciar-se no mercado. Ainda que as oportunidades se criam, temos de estar atento a qualquer mudança, ou tendências do mercado.

- 2) desenvolvimento de um plano de negócio;

A elaboração do plano de negócio é importante, porque é nele que consta tudo sobre o nosso negócio. Serve de suporte e orientação para o negócio.

- 3) determinação dos recursos necessários;

Feito o plano de negócio, temos que saber se temos recursos necessários para iniciar o nosso negócio. São recursos da empresa (recursos materiais e imateriais).

- 4) administração da empresa.

Considerada uma fase delicada, mas que quando bem feito conseguimos alcançar os nossos objetivos. A forma como gerimos os recursos da empresa, é que define se vamos avançar ou não.

É também uma fase delicada, mas que quando bem feito conseguimos alcançar os nossos objetivos. A forma como gerimos os recursos da empresa, é que define se vamos avançar ou não.

Para terminar, Shane (2012), acrescenta que, a perspetiva processual de que resulta a criação de novos empreendimentos por meio de etapas, não se trata de um modelo racional, planejado ou temporalmente ordenado, mas sim, de um grupo de elementos com subprocessos que nem sempre são cumpridas, ou executadas de forma ordenada.

1.2.5. Empreendedorismo por necessidade vs empreendedorismo por oportunidade

Nos estudos sobre o empreendedorismo, é considerada a definição de empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade como uma das mais importantes decisões. O empreendedorismo por necessidade, segundo Oliveira (2011), é aquele que não tinha outra escolha, ou seja, a pessoa está desempregada e sem alternativas, e assim inicia o seu empreendimento.

Nesta óptica, Fillion (1999, p. 20), citado por Oliveira (2011, p. 44), defende a existência destas duas categorias de empreendedores, onde deu o nome de "*empreendedores voluntários e empreendedores involuntários*", afirmando que, podem ser empreendedores voluntários aqueles que possuem motivação para empreender, e empreendedores involuntários, os que

são forçados a empreender para satisfazer uma necessidade, por isso o nome empreendedorismo por necessidade.

Segundo Lezana (2004), as necessidades podem ser conceituadas como um desequilíbrio interno do indivíduo, ou simplesmente a manifestação de determinada carência que ao surgir, causa um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio. Lezana defende ainda que existem três formas de retomar o estado de equilíbrio, que são, através da satisfação da necessidade, da compensação (quando a necessidade é transferida para o outro objeto), ou ainda decorrente da frustração (quando permanece no indivíduo, podendo ou não retomar o estado de equilíbrio). No entanto, para explicar melhor o empreendedorismo por necessidade Birley *et al* (1998), citado por Oliveira (2011), nas suas pesquisas descobriu e caracterizou algumas necessidades que motivam os empreendedores como:

1. necessidade de aprovação – A pessoa ao empreender possui o desejo de chegar a uma alta posição na sociedade, obter reconhecimento, respeito, status e prestígio ;
2. necessidade de independência – os empreendedores sentem uma forte liberdade e autonomia, buscando o controlo do seu próprio tempo, focando no trabalho;
3. necessidade de desenvolvimento pessoal – os empreendedor sente a necessidade de desenvolver o seu potencial, as suas capacidades, a busca por novos conhecimentos na área da inovação e ao mesmo tempo estar sempre acompanhando as mudanças exigidas pelo mercado.
4. necessidade de segurança – de uma forma geral pode-se dizer que se trata de uma auto preservação, ou então, necessidade de proteção dos perigos e ameaças advindos do meio, podendo ser perigos reais ou imaginários, físicos ou psicológicos;
5. necessidade de autorrealização – o empreendedor precisa aperfeiçoar os seus desempenhos e realizações;

Resumindo, o empreendedorismo por necessidade manifesta-se quando o empreendedor não teve escolha, ou seja está desempregado e sem alternativas, e devido a esta causa iniciou o seu negócio. Inicia negócios motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e rendimento. Ele sente forçado a abrir o negócio por não haver outras opções de trabalho ou por estar insatisfeito com as condições de trabalho, fazendo do empreendedorismo uma ferramenta para se desenvolver;

O interesse pela busca de oportunidades tem crescido muito nos últimos anos. A razão pela qual explica este fenómeno, são a globalização que tem aumentado a complexidade e a dinâmica do ambiente externo das empresas, onde gera a necessidade de maior monitoramento das mudanças, a crise mundial.

Partindo para a temática do empreendedorismo, Oliveira (2011, p. 47) sustenta que, no empreendedorismo por oportunidade, o empreendedor tem outras possibilidade, ou caminhos, como por exemplo tem um bom emprego, e fez uma escolha própria e independente.

Portanto, este fenómeno ocorre quando o indivíduo identifica uma oportunidade de negócio, ou seja, a pessoa opta por um empreendimento de entre as possíveis opções existentes no mercado. Logo, o empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o indivíduo identifica uma oportunidade de negócio, isto é, escolhe o empreendimento de entre diversas e possíveis opções existentes no mercado.

É preciso adquirir um certo conhecimento de modo a conseguir identificar as oportunidades existentes, independentemente do país em que estamos.

Na perspetiva de Cabo Verde por exemplo, tratando-se de um país em desenvolvimento, onde o mercado é pequeno, com uma população jovem, e onde se verifica muita procura e pouca oferta de trabalho, as pessoas normalmente empreendem por necessidade. Mas acarreta grandes problemas podendo fechar as portas em menos de 12 meses, porque é feito sem nenhum controle, e sem nenhum acompanhamento técnico, adequado às inovações e às tendências do mercado.

1.2.6. Empreendedorismo e Inovação

Hoje em dia a inovação é um fator importante para as pessoas que querem empreender e evoluir no mercado. Inovar não significa ter apenas produtos novos, mas sim modificados. Modificados de forma que acrescenta valor para o negócio, pois apostar na inovação, é apostar no sucesso do negócio. Por isso ao empreender temos que pensar na inovação. Inovar tanto produtos como serviços.

Um exemplo prático é a ADEI em Cabo Verde, que dispõe de um programa chamado “Programa INOVAR”, que tem por objetivo ajudar os empreendedores a inovarem os seus negócios (produtos e serviços).

Sarkar (2007, p. 34) sustenta que *“a inovação é uma ferramenta específica dos empreendedores, o meio através do qual é explorado a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Pode ser apresentada como uma disciplina, pode ser aprendida, e praticada. Os empreendedores precisam de procurar decididamente as fontes da inovação, as mudanças e os seus sintomas que indicam oportunidades para inovações com sucesso. E eles precisam de conhecer e aplicar os princípios da inovação de sucesso”*.

Sarkar (2007, p. 30) sustenta ainda que, *“a promoção de um espírito empreendedor e da inovação não é mais uma opção de um único país, ou seja, tornou-se vaga em todos os países. O autor sustenta ainda que, “para promover o empreendedorismo no país é preciso perceber como promove-la (promoção de boas práticas) e, por outro lado, usar a inovação como uma ferramenta do empreendedor, porque inovar é muito mais do que crescer e manter-se a posição no mercado”*. Para o autor, *“inovar requer a introdução de novos produtos ou processos modificados, ou romper com os existentes no mercado”*. Sarkar (2007, p. 43), baseado nas teorias de Shumpeter sobre a inovação, mencionou algumas formas de promover a inovação, como:

- 1) Introdução de um novo produto
- 2) Introdução de um novo método de produção
- 3) Abertura de um novo mercado
- 4) A aquisição de uma nova fonte de oferta de materiais
- 5) A criação de uma nova empresa

Capítulo 2 - EMPREENDEDORISMO EM CABO VERDE

2.1. Enquadramento

2.1.1. Desenvolvimento vs Crescimento

Nos dias que correm, e com o fenómeno da globalização, o processo de desenvolvimento, do país tem sido importante para o crescimento do país. Cabo Verde, com a sua entrada na Organização Mundial do Comércio (OMC), não foge a esta realidade, quando se trata de modernização e criação de negócios. Portanto, neste sentido, é fundamental ter uma visão empreendedora e inovadora para que o país possa estar face aos desafios e às eventuais transformações/mudanças.

As entidades públicas e privadas acreditam que o país precisa de um setor empresarial mais forte e competitivo, capaz de gerar emprego e combater a pobreza. Só assim consegue aproveitar das oportunidades que emergem. Para isso é preciso que as entidades públicas e privadas, tenham uma capacidade e visão empreendedora e uma atitude pró-ativa face aos sinais de mercado, ou seja às mudanças da sociedade.

É preciso encorajar o setor privado, promover e estimular as pessoas para a criação das PME's, e reforçar os direitos de propriedade.

O estudo do empreendedorismo em Cabo Verde é ainda incipiente, sendo que o único estudo relevante sobre este tema é realizado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que analisa as condições estruturais do empreendedorismo em vários países, o que podemos ver na tabela 1 a seguir.

As instituições como o Instituto Nacional de Estatística (INE), a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI), a Associação dos Jovens Empresários (AJEC), a Cabo Verde Investimentos, que são entidades ligadas ao empreendedorismo não possuem dados concretos sobre o empreendedorismo em Cabo Verde.

Tabela 1: Situação atual dos fatores impulsionadores do empreendedorismo em Cabo Verde

Fatores Impulsionadoras	Situação Atual de Cabo Verde
Apoio financeiro	Os fundos de financiamento de capital Próprio são inexistentes. Associação de Business Angels foi criada mas ainda não está operacional; Subsídios Governamentais inexistentes;
Políticas Governamentais	Contratos públicos não favorecem empresas novas Apoio às empresas é uma prioridade, o caso da ADEI

	Melhoria no ambiente de negócios (processos Administrativos);
Programas Governamentais	Parques tecnológicos e incubadoras são muito fracos Inexistência de um único local para obtenção de informações sobre apoios; incentivos e benefícios fiscais ineficientes (ineficiente divulgação da informação);
Educação e Formação	Pouca estimulação á criatividade, autossuficiência e iniciativa/atitude Preparação inadequada para criação e desenvolvimento de novas empresas Formação em empreendedorismo pouco eficiente/eficaz;
Transferência de Investigação e Desenvolvimento	Nenhuma ligação entre as empresas (I&D), e Universidades Pouca capacidade em adquirir tecnologia recente e nenhum subsídio governamental para tal...
Infraestrutura Comercial e profissional	Mercado de Consultoria desenvolvido com várias empresas nacionais e estrangeiras, contudo o custo ainda é elevado para as novas empresas. O novo FCC e uma ADEI com recursos Humanos necessários poderão responder...
Abertura do Mercado/Barreiras á Entrada	Mercado aberto a novas empresas, concorrencial e regulado, contudo é um mercado pequeno pelo que normalmente as empresas instaladas já garantem o abastecimento/ mais difícil a entrada...
Acesso a infraestruturas Físicas	Custo dos utilities elevados para os empresários: comunicação, eletricidade, problemas na distribuição, dificuldades nos transportes inter-ilhas
Normas Culturais e Sociais	A cultura nacional estimula e êxito individual. Um empreendedor que não tem sucesso é visto como um fracasso, enquanto nos EUA é visto como uma pessoa com uma experiência

Fonte: GEM (2010).

A tabela anterior demonstrou qual a situação atual dos fatores impulsionadores do empreendedorismo em Cabo Verde, que no entanto, não é muito favorecida, apresentando muitos constrangimentos.

2.2. Contributo do Empreendedorismo para Cabo Verde

Através do estudo feito pela GEM (2010), sobre o empreendedorismo em Cabo Verde, foi possível identificar quatro áreas que contribuem para o desenvolvimento de Cabo Verde. De entre elas, destaca-se a criação de emprego, incluindo o autoemprego, o aumento da inovação e da competitividade, a contribuição das novas empresas para a criação de riqueza e para o desenvolvimento da economia e da sociedade, e por fim uma opção de carreira para uma parte significativa da força de trabalho.

1) Criação de Emprego:

O GEM (2010), apresentou a importância das MPME's, onde a sua quota de criação de emprego muitas vezes é superior ao seu peso na economia. Num cenário de crise em que vivemos, nota-se que as grandes empresas fazem despedimentos dos funcionários, enquanto as MPME's tendem a manter-se, e a oferecer mais emprego principalmente aos jovens.

Em Cabo Verde, segundo GEM (2010), as Micro Pequenas e Médias Empresas contribuem muito para as receitas das famílias e do Estado, e cada vez mais as pessoas estão a apostar na sua criação, e as entidades públicas a servirem de reforço para a criação dessas MPME's, apostando no seu crescimento.

2) Aumento da Inovação e da Competitividade:

Segundo GEM (2010), esta é uma relação bem clara e relevante para Cabo Verde, há necessidade de um setor privado mais inovador e competitivo. É evidente que a entrada de novas empresas implica o aumento da concorrência, e por conseguinte mais eficiência e inovação. Um caso concreto é o setor das telecomunicações que teve a entrada de um novo operador (Unitel Tmais), e de repente novos produtos, preços baixíssimos, tecnologia mais moderna, e entre outros. Verifica-se que a transformação de ideias em oportunidades está no centro das atividades de empreendedorismo. O empreendedorismo é a fonte de inovação e mudança e contribui para a melhoria da produtividade e competitividade económica do país.

3) Criação da Riqueza e Desenvolvimento:

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico, segundo GEM (2010), envolve mais do que o aumento de produção e renda per capita. Implica também, iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade. Tal mudança, é acompanhada pelo crescimento e por maior produção, o que permite uma maior riqueza e/ou desenvolvimento sustentável.

4) Opção de carreira:

O emprego segundo GEM (2010) é cada vez mais crítico, e verifica-se que os projetos empresariais são alternativas para as pessoas, mesmo quando se trata de realização pessoal, e todas essas razões demonstram ligação entre o desenvolvimento de um determinado país. Cabo Verde caminha passos largos na promoção da cultura empreendedora, criando cada vez mais novas oportunidades de empreender e de inovar. O tempo é de mudanças rápidas, e as ideias, criatividade e inovação são as chaves de acesso ao futuro.

Retratamos anteriormente os contributos que o empreendedorismo tem dado para Cabo Verde, e o gráfico 1 abaixo referido, mostra em percentagem a aceitação social do empreendedorismo nos países integrados no modelo GEM, onde Cabo verde faz parte.

Gráfico 1: Aceitação social do empreendedorismo (% da população adulta)



Fonte GEM (2014).

Legenda:

ASS – África subsariana

SIDS – Small Island Developing States – Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento

Segundo GEM (2014, p. 9), Cabo Verde faz parte dos Países Africanos a sul da Sáhara, pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento e países de Economia Orientada para a Eficiência. Posto isto apresentou alguns gráficos, em que um deles mede a perceção do empreendedorismo nos países onde integrou também Cabo Verde.

O gráfico 1, quanto a perceção do empreendedorismo em Cabo Verde, mostra que a aceitação sociocultural é de 63,3%. O empreendedorismo como boa escolha de carreira é de 71,1%, o status elevado para empreendedores de sucesso é o que possui a maioria absoluta com 72,2%. Quanto á atenção do Média ao empreendedorismo apresenta a minoria, com 46,2%. O GEM (2014) sustenta que, quanto à aceitação do empreendedorismo entre a população adulta

de Cabo Verde com idade de trabalhar é de 63%, na escala de zero a cem. Constatou-se também que o nível de aceitação é mais elevado nas mulheres (65%), comparados com outros países africanos.

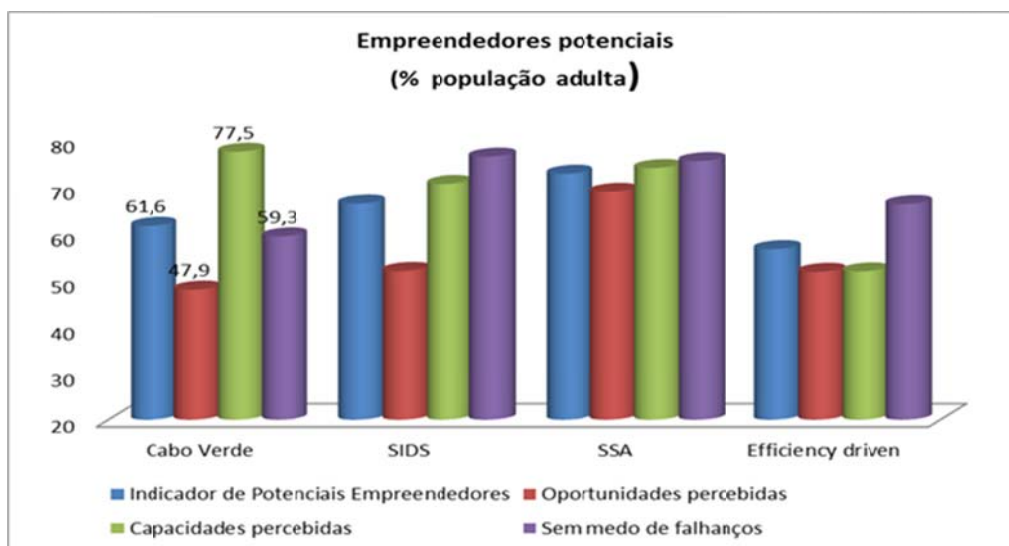
2.3. Empreendedorismo Potencial e Intenções Empresariais em Cabo Verde

2.3.1. Empreendedorismo potencial

Segundo o GEM (2014), foi feito um estudo de empreendedorismo, no mesmo ano (2014), com uma amostra de 100 pessoas, fez-se um estudo relativo às Pequenas e Médias Empresas, sobre a atitude dos cabo-verdianos quanto ao empreendedorismo, analisando o empreendedorismo em várias vertentes, explicados com base no gráfico 2, abaixo referido.

Formam analisados em percentagem o potencial do empreendedorismo em Cabo Verde, medido em função das oportunidades e capacidades percebidas.

Gráfico 2: Empreendedores Potenciais (% população adulta)



Fonte: GEM (2014).

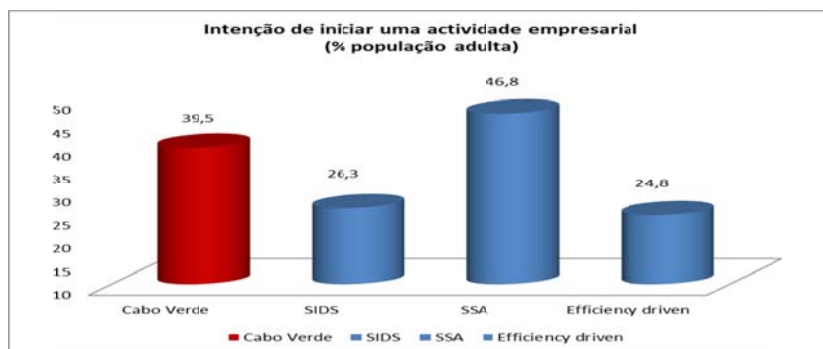
Tendo em conta o gráfico 2, o GEM (2014, p.10), sustenta que “os Cabo-verdianos têm em grande conta as suas capacidades para tirar partido de oportunidades, situando-se acima das médias dos conjuntos de países de referência”. Uma percentagem muito inferior consegue descartar oportunidades no meio envolvente, comparado com esses mesmos países.

Já o receio de falhanço é bastante elevado em Cabo Verde segundo o Modelo GEM (2014). Entretanto o potencial de empreendedorismo em Cabo Verde revelou-se importante, com (61,6%), as capacidades percebidas com 77,5%, as oportunidades percebidas com 47,9%, 59,3,% considerados como sem medo de falhanço.

2.3.2. Intenção de iniciar uma atividade empresarial

Segundo o GEM (2014), normalmente a intenção de iniciar um negócio empresarial nos países menos desenvolvidos é elevado, isto porque regista-se fraca oportunidade de trabalho, por conta de outrem nas economias africanas. O gráfico 3 mostra-nos que em Cabo Verde, a intenção de iniciar um negócio na população adulta é de 39,5%.

Gráfico 3: Intenção de iniciar uma atividade empresarial (% população adulta)

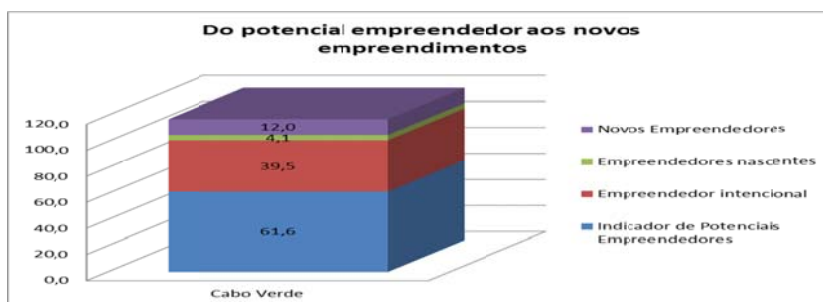


Fonte: GEM (2014).

2.3.3. Negócios nascentes e novos negócios

O gráfico 4 dá-nos a indicação de que os potenciais empreendedores são em maioria, com 61,6% em Cabo Verde, o empreendedor intencional com 39,5% (também mencionado no quadro anterior). Já os negócios nascentes são em minoria com 4,1%, e novos empreendedores rondam os 12%.

Gráfico 4: Negócios nascentes e Novos negócios



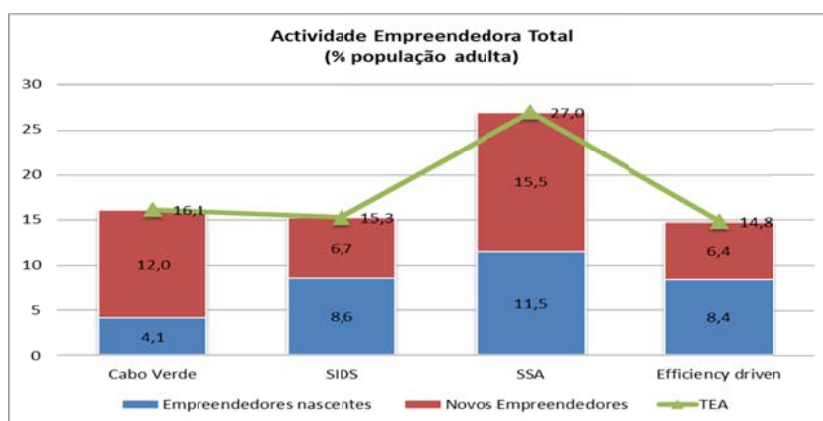
Fonte: GEM (2014).

Ultimamente Cabo Verde tem registado negócios nascentes e novos negócios, fruto do grande trabalho da ADEI, que tem estado a dar o seu contributo para o desenvolvimento empresarial no país.

2.3.4. Taxa da atividade empreendedora (TEA)¹

Em Cabo Verde, segundo a TEA – *Taxa da Atividade empreendedora* (citado por GEM (2014)), a percentagem da população com idade para trabalhar e envolvidas em atividades de empresas nascentes ou novas, é de 16%. A TEA de Cabo Verde é aparentemente igual ao nível dos países SIDS (Small Islands Development states). Isto leva-nos a concluir o referido acima, de que o potencial empreendedor nos países menos desenvolvidos é mais elevado, devido á escassez de trabalho remunerado. O gráfico 5 mostra-nos a taxa total do empreendedorismo segundo a dados da citado pelo GEM (2014).

Gráfico 5: Total de Empreendedorismo em Cabo Verde, segundo TEA



Fonte: GEM (2014).

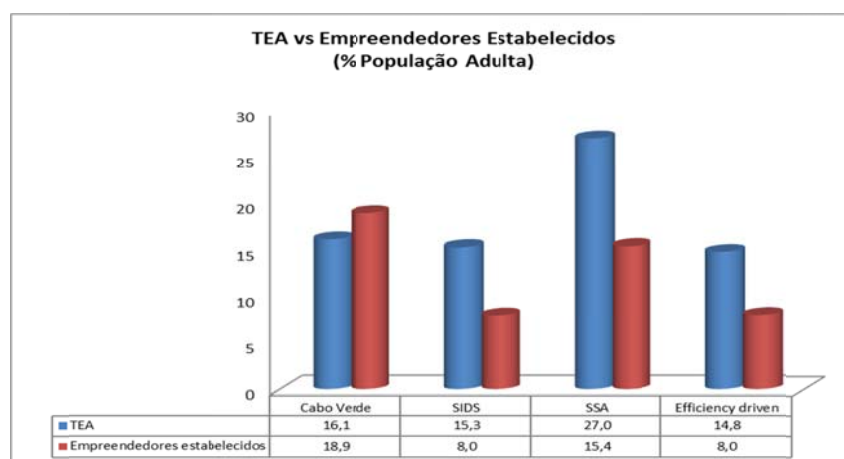
2.3.5. Negócios estabelecidos

Quanto aos negócios estabelecidos, o GEM (2014, p. 15), sustenta que “a *proporção de iniciativas empresariais que perduram há mais de 3,5 anos é atipicamente elevada em Cabo Verde, em relação ao grupo de países de referência*”.

Em Cabo Verde os empreendedores estabelecidos, ou seja os empreendedores que já estão a operar no mercado, segundo GEM (2014, p. 22), é de 18,9%, o que pode-se ver no gráfico 6 abaixo referido. A mesma fonte sustenta que “a *percentagem da população adulta com negócios estabelecidos situa-se nos 3%, enquanto que comparados com outros países referenciados no estudo do GEM, situa-se entre 7 e 12 %*. Sustenta a mesma fonte que “*esta nota dissonante de Cabo Verde pode sugerir um nível muito elevado de mortalidade entre as empresas nascentes e novas, as quais não se transformam em negócios estabelecidos*”. O gráfico 6 mostra-nos precisamente a taxa dos negócios já estabelecidos em Cabo Verde.

¹ GEM (2014), sustenta que, “é um grupo de grande importância quanto á caracterização do empreendedorismo, uma vez que é nele que se concentra maior atividade empreendedora, mais concretamente nas economias em desenvolvimento, e também porque dentro do contexto da economia e do empreendedorismo jovem o TEA têm revelado como um grande potencial de criação de emprego”.

Gráfico 6: TEA vs Empreendedores estabelecidos



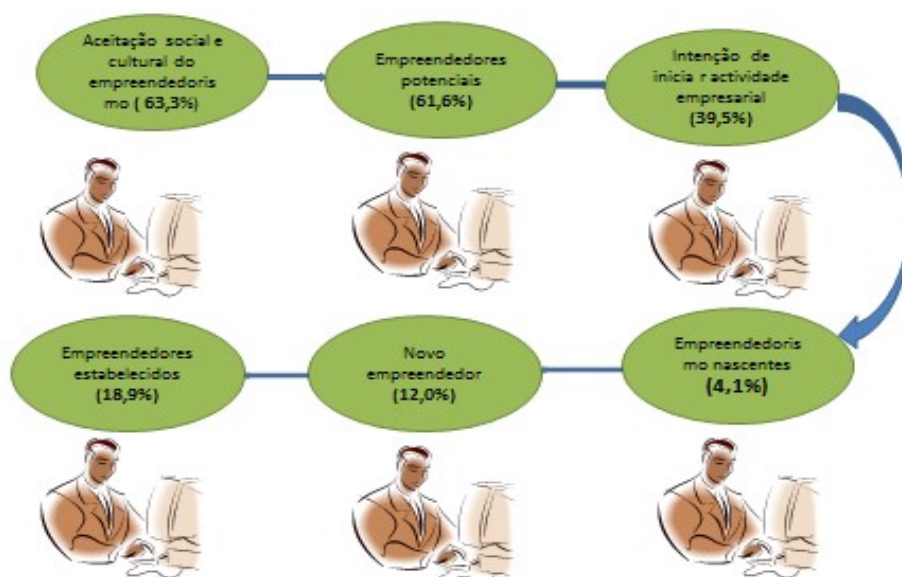
Fonte: GEM (2014).

A partir do GEM (2014, pp. 26-27), foi possível identificar as cinco fases do empreendedorismo, e deste modo, explicar a realidade do mesmo em Cabo verde, relacionando-o com outros países que fazem parte do estudo. Sendo assim, as fases são as seguintes:

- 1) Empreendedores potenciais – os que acreditam que têm capacidade para iniciar negócios e não desistam por medo de falhanço de negócios nascentes;
- 2) Empreendedores intencionais – empreendedores com intenção de abrir o negócio num período não superior a três anos
- 3) Empreendedores na fase inicial do negócio – os empreendedores na fase inicial segundo o GEM (2014), subdividem em empreendedores de negócios nascentes, que estão num negócio com um período inferior a três e meio, e empreendedores de novos negócios, aqueles que estão num negócio há mais de três anos e meio;
- 4) Empreendedores de Negócios Estabelecidos – são os empreendedores que tem o negócio próprio a funcionar há mais de três anos;
- 5) Empreendedores de negócios Cancelados – os negócios são cancelados por várias razões, e em Cabo Verde não é deferente. São cancelados por razões de venda, pela má gestão, e entre outros;

A figura 1 mostra de forma resumida o que foi tratado tendo em conta o estudo do empreendedorismo em Cabo Verde, segundo o modelo GEM (2014), com as respetivas percentagens.

Figura 1: Fases do estudo de empreendedorismo em Cabo Verde segundo GEM



Fonte: GEM (2014).

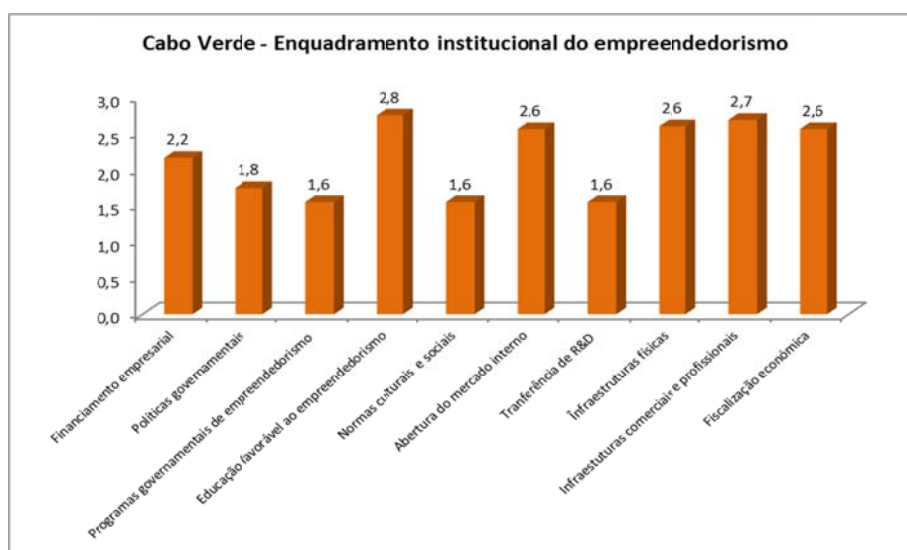
O estudo tentou mostrar em percentagem, a aceitação social e cultural do empreendedorismo no país que é de 63,3%, empreendedores potenciais 61,6%, a intenção de iniciar uma atividade empresarial 39,5%, empreendedorismo nascentes 4,1%, novos empreendedores 12,0%, e empreendedores estabelecidos 18,9%. Com estes gráficos e figuras podemos analisar a situação do empreendedorismo em Cabo Verde.

2.3.6. Cabo Verde e o enquadramento institucional do empreendedorismo

O GEM (2014), avaliou a existência de condições adequadas ao empreendedorismo com base no inquérito a especialistas nacionais (NES). O gráfico 7 abaixo referido, mostra a média total de cada um dos indicadores, onde os valores superior a três são considerados positivos, e valores inferiores a três indicam a prevalência de condições negativas para o empreendedorismo. E chegou a conclusão de que a atividade empresarial em Cabo Verde, nas condições que se desenvolve pouco contribui para o desenvolvimento económico. Pois nenhum dos indicadores segundo GEM (2014), atinge a média que é de três valores, numa escala de 0 a 3.

Registou-se que as normas culturais e sociais, os programas Governamentais ect, são os indicadores menos favoráveis. Os indicadores relativos á educação e empreendedorismo, infraestruturas comerciais e profissionais aproximam mais da média (três valores), mas entretanto com valores negativos.

Gráfico 7: Cabo verde e o enquadramento institucional do empreendedorismo



Fonte: GEM (2014).

A análise documental, feita por Global Competitiveness Reports (GCR), do World Economic Forum citado por GEM (2014, p. 19), juntamente com o inquérito aos especialistas NES, sustentam que em Cabo Verde o ambiente de negócio não é favorável para o desenvolvimento de empreendedorismo.

2.4. Empreendedorismo e crescimento económico: Uma análise empírica

Segundo Barros et al (2008, p. 982), “o crescimento económico fundamenta-se com Shumpeter no ano 1961, e na teoria do crescimento endógeno de Wennkers et al (1999)”. Sustenta que, nas primeiras décadas do século vinte a atividade empreendedora e os pequenos negócios eram intensos. Em 2011 foi publicado a teoria do Desenvolvimento económico de Shumpeter, e Barros (2011), baseando na teoria Shumpeteriana, enfatiza o empreendedor como motor de desenvolvimento económico, ao introduzir inovações que tornam obsoletos os produtos e tecnologias já existentes, a que chamamos de processo de “destruição criativa”.

Segundo o mesmo autor, Shumpeter em 1984, desenvolveu um argumento onde diz que somente as grandes empresas com poder de mercado são capazes de promover inovações através dos investimentos elevados. Entretanto, Barros et al (2008, p. 982), sustentam que, “a teoria do crescimento endógeno destaca o papel do capital humano e da inovação na determinação do crescimento económico, sem explicar o papel do agente empreendedor”.

Nesse prisma, Audretsch et al (2006, p. 982), formularam a hipótese do crescimento económico, onde sustentam que, “níveis mais altos de crescimento económico devem resultar de maior atividade empreendedora, uma vez que o empreendedorismo serve como mecanismo para facilitar o transbordamento e a comercialização do conhecimento”. Um exemplo segundo Barros, é a Alemanha, um país onde o empreendedorismo é medido pelo número de empresas

nascentes numa região em relação á população, e serve como fator chave para explicar o desempenho económico.

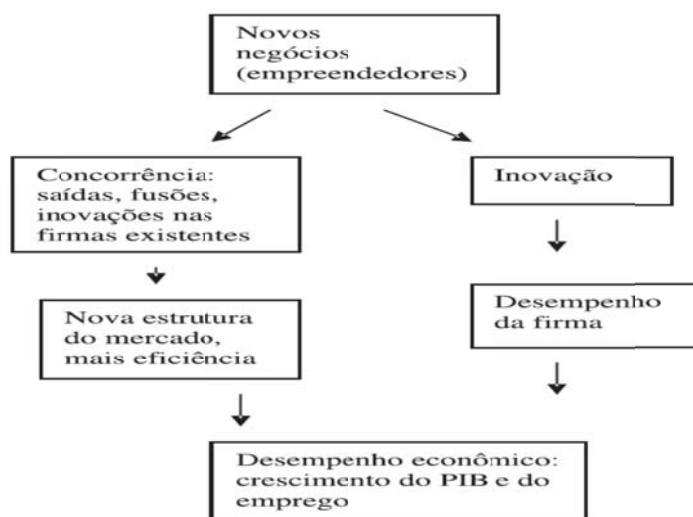
Ainda continuando com Barros (2008), num país ou região onde o empreendedorismo manifesta-se com maior força, tanto o seu produto interno bruto, como a sua variação é maior, e o crescimento a nível económico aumenta.

O empreendedorismo é visto nos dias de hoje como o motor de desenvolvimento económico. Há uma visão mais otimista em relação ao tema, e tem dado um grande contributo para o desenvolvimento sustentável dos países.

O crescimento económico refere-se ainda a fatores que impulsionam esse crescimento, e um deles é a criação de empresas. Para colmatar esta afirmação, Lichtenstein et al. (2006), sustenta que a dinâmica de criação de novas empresas é um tema que tem sido extensivamente estudado ao nível dos mercados, mais concretamente no âmbito do empreendedorismo. Hisrich (2012), acrescenta que a busca de um novo empreendimento está intimamente ligado ao processo de empreender, e/ou criação de empresas.

A figura 2 mostra-nos a relação entre o empreendedorismo e desempenho económico. De acordo com Barros (2008), os empreendedores iniciam seus negócios no mercado, apostando na inovação, onde inclui novo bem, ou nova qualidade de bem, novo método de produção, abertura de novo mercado, novas fontes de suprimento de matérias-primas e nova organização

Figura 2: Empreendedorismo e desempenho económico



Fonte: Barros (2008).

Quanto ao empreendedorismo e desenvolvimento económico é importante referir que existem alguns fatores endógenos, ou seja que fazem parte daquilo que chamamos fatores interno ao empreendedorismo.

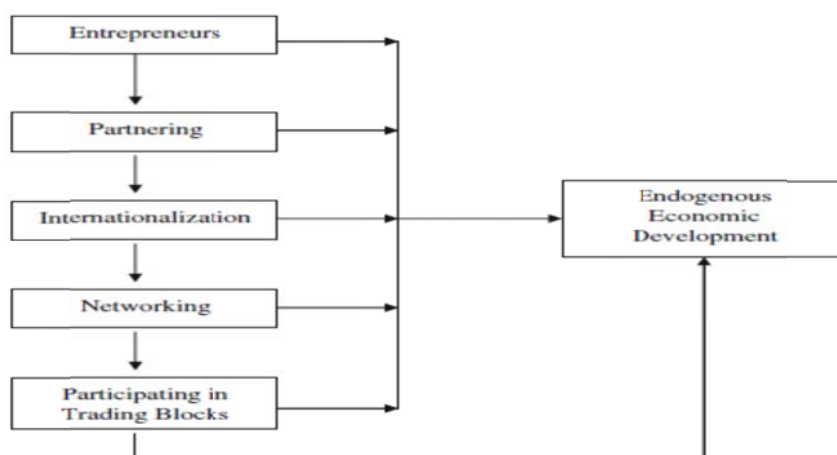
Samli (2008) defende que, o desenvolvimento económico começa com os empresários, e que com estes haverá uma expansão com entidades económicas globais, e daí estabelecem

parcerias, onde as mesmas parcerias se tornam internacional. Feitas as parcerias, estes encontram-se uma rede de contactos, e essas redes têm tendência para se expandir. Nesta óptica, Naúde (2011), descreve a forma como os estudiosos pensam sobre o empreendedor acrescentando que, o empreendedor toma decisões de julgamento sobre a coordenação de recursos escassos, e que na maioria das vezes, está relacionado com o comportamento inovador, ligado á criação e crescimento da empresa.

Naudé (2011) sustenta ainda que existem duas linhas de pensamento entre a relação do empreendedorismo e o crescimento. Para ele a primeira linha possui uma visão limitada de desenvolvimento na medida em que juntou o empreendedorismo com o crescimento económico, produtividade ou emprego.

E a segunda linha está intimamente ligada a atribuições de papéis ou funções, incluindo a realocação de recurso, risco, ambiente para a inovação e a concorrência, e que tanto a coordenação de recursos, a criação de novos negócios, como a inovação promove o crescimento, pois são resultados do crescimento. Já a atribuição de papéis e funções para os empreendedores pode se tornar algo a “ encobrir” os atributos do empreendedor. A figura 3 mostra-nos os fatores endógenos do desenvolvimento económico e empreendedorismo.

Figura 3: Fatores endógenos do desenvolvimento económico e empreendedorismo



Fonte: Samli (2008).

O desenvolvimento económico endógeno, segundo Samli (2008), é uma abordagem mais significativa para o desempenho econômico, e o desenvolvimento económico começa com o empreendedorismo. De uma forma geral, o empreendedorismo está intimamente ligado ao desenvolvimento económico.

Capítulo 3 - O CASO DA AGÊNCIA PARA DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E INOVAÇÃO

3.1. Enquadramento

Segundo ADEI (2009), a Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação, é uma pessoa coletiva de direito Público, dotada de autonomia administrativa, financeira e patrimonial. A Agência foi criada em 2009 sob a tutela do Ministério do Turismo, Investimento e Desenvolvimento Empresarial de Cabo Verde.

Nas grandes e primeiras opções do plano do Governo Cabo-Verdiano, explicita o tratamento da problemática do empreendedorismo, mencionando a capacidade de promoção empreendedora, a competitividade o crescimento económico, bem como o alargamento da base produtiva.

3.2. Apresentação da ADEI

A Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação para melhor exercício da sua atividade possui uma sede localizado na Rua Dr. Júlio Abreu – Plateau – Praia, uma sede na ilha de São Vicente, na cidade do Mindelo, e ainda dispõe de uma Rede de Gabinetes de apoio aos Empreendedores nas ilhas de Sal (em Santa Maria), Santo Antão (em Ribeira Grande), São Nicolau, (na Ribeira Brava), Boa Vista, e Fogo que cobrem a ilha Brava.

Figura 4: Logotipo da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação



Fonte: www.ADEI.cv, 2009.

A ADEI, (figura 4), dotada de capacidade e autonomia administrativa, financeira e patrimonial, aposta fortemente na promoção do setor privado nacional e da inovação, bem como a identificação e eliminação dos constrangimentos que o desenvolvimento empresarial acarreta, como por exemplo o aproveitamento das oportunidades do mercado, visando fundamentalmente a constituição de um setor privado forte e competitivo.

Segundo a ADEI (2009), a agência tem como objetivo a promoção da competitividade e o desenvolvimento das Micro Pequenas e Médias Empresas, em todos os aspetos relevantes e em consonância com as políticas do Governo, trabalhando em estreita ligação com parceiros nacionais e internacionais. É também finalidade da ADEI, promover a inovação e o

desenvolvimento da capacidade empresarial nacional melhorando a capacidade produtiva no quadro da política de desenvolvimento dos Clusters estratégicos, que são definidas pelo Governo com a ideia de melhorar o ambiente de negócios, apoiando as Micro Pequenas e Médias empresas e associações comerciais no reforço das suas capacidades competitivas. Segundo o Decreto Regulamentar nº 10/2009 de 8 de Junho, artigo 4º-1 de Estatutos da ADEI, são objetivos da Agência:

- 1) Assistir os promotores de empresas na elaboração, avaliação ou reformulação dos estudos de seus projetos;
- 2) Prestar assistência técnica às MPME's dando auxílio na superação das suas deficiências e problemas de ordem técnica, de gestão financeira e comercial ou de organização, de modo que possam melhorar as suas produtividades e capacidades competitivas nos mercados internos e externos;
- 3) recolher e divulgar ideias de projetos potencialmente viáveis;
- 4) gerir programas colaborar na gestão de programas específicos que servem de reforço ao setor empresarial de que venha a ser encarregado pelo Governo e assegurar o cumprimento da lei e os compromissos para com o Estado;
- 4) assistir os promotores na organização e lançamento de novas empresas, nomeadamente empresas que desenvolvam atividades com base no conhecimento e nas novas tecnologias de informação e comunicação (TIC);
- 5) fomentar e apoiar a inovação;
- 6) promover a criação de redes de empresas, incentivando o estabelecimento de alianças estratégicas;
- 7) dinamizar os contatos de promotores e empresas nacionais com parceiros técnicos ou financeiros e prestar assistência técnica especializada nas negociações respetivas;
- 8) desenvolver um serviço de informação e vulgarização empresarial, através da recolha sistemática, tratamento e divulgação de informações relevantes;
- 9) promover e organizar cursos e seminários sobre temas ligados às Pequenas e Médias Empresas;
- 10) promover a formação de formadores e consultores nacionais para as Pequenas e Médias Empresas;
- 11) promover e fomentar ações que visam a criação ou melhoria de infraestruturas e serviços de apoio á atividade empresarial;

12) colaborar no estudo e definição de políticas e medidas que visam a criação de um ambiente geral favorável ao investimento e à atividade empresarial;

Missão

A principal missão da agência é promover a inovação a competitividade e o desenvolvimento das empresas privadas em todos os aspetos relevantes e em consonância com as políticas do Governo, trabalhar em estreita ligação com os parceiros nacionais e internacionais.

Visão

Segundo o artigo 3º de Estatutos da ADEI, a Agência tem uma visão a longo prazo de ser uma agência de referência nacional e internacional no apoio ao desenvolvimento sustentável das empresas Cabo-Verdianas bem como o fomento da cultura empreendedora.

Pilares de atuação

Segundo a ADEI (2013), a agência dispõe de três pilares de atuação, (figura 5), de entre eles o empreendedorismo e inovação, para dar suporte às empresas no que tange a inovação, e melhoria no ambiente de negócio. Tem por finalidade orientar e dar suporte na melhoria dos negócios, mais concretamente o desenvolvimento empresarial.

Figura 5: Pilares de Atuação

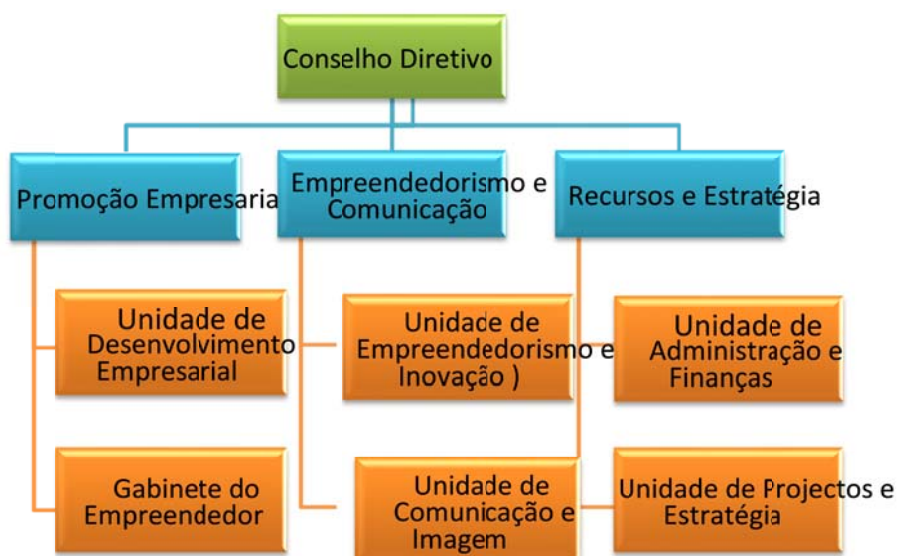


Fonte: www.ADEI.cv 2013

Esses pilares de atuação têm por objetivo fomentar o desenvolvimento empresarial no país, dando suporte na criação/implementação de novos negócios/empresas.

A ADEI como toda e qualquer agência, dispõe de um organigrama, que podemos ver na figura 6, e com isto perceber melhor a estrutura interna.

Figura 6: Organigrama



Fonte: ADEI (2009).

A estagiária teve contacto com as duas unidades da Agência, nomeadamente, a unidade de desenvolvimento empresarial, a unidade de inovação e empreendedorismo, que são áreas mais ligadas ao empreendedorismo.

Podemos ver no organigrama acima, como estão organizadas as responsabilidades e os limites de autoridade, dos diversos níveis hierárquicos da instituição. A agência é dirigida por um conselho diretivo com três administradores residentes, sendo um deles o Presidente do Conselho diretivo. Segundo ADEI (2009), o administrador é responsável pela tutela de um pilar de atuação, e cada pilar corresponde a duas unidades orgânicas, que são responsáveis para execução do plano de atividades anual da Agência a nível nacional. E cada unidade tem um coordenador que gere uma equipa de técnicos a nível nacional. A Agência emprega 20 funcionários, incluindo o presidente e os administradores, mas isto é o número de funcionários só da Agência de Plateau, somente na Cidade da Praia, local onde a estagiária realizou o seu estágio.

3.3. Unidades orgânicas

1) Unidade de Desenvolvimento Empresarial (UDE)

Esta unidade segundo ADEI (2013), tem por finalidade dar suporte ao desenvolvimento das Micro Pequenas e Médias Empresas, e visa estimular o empreendedorismo, a inovação, bem como o desenvolvimento da capacidade competitiva das empresas, e o acesso a recursos e mercados na recuperação das empresas.

É operacionalizado através da implementação de programas de Desenvolvimento Empresarial, intervenções de abrangência setorial regional com vista á valorização de cadeias produtivas com potencial de mercado doméstico, nomeadamente as cadeias Turísticas, e de exportação.

Os Programas de Desenvolvimento Empresarial (PDE), presentes na figura 7, foram redesenhados durante o primeiro semestre de 2013, de forma a ter uma melhor adequação às necessidades das empresas e dos empreendedores em todas as fases do ciclo de vida do negócio, dando origem a outros programas como o Programa CRIA, PME+, Acesso ao Mercado, Inovar, Renovar e Academia MPME´s.

Figura 7: Posicionamento dos PDE no ciclo de vida das empresas



Fonte: www.ADEI.cv, 2013.

A Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação em 2013 criou os programas tendo em conta as necessidades dos promotores. Os programas acompanham os empreendedores desde a criação de empresas até o declínio.

- 1) Programa CRIA – estimula o empreendedorismo potenciando a criação de novas empresas, nomeadamente as Micro Pequenas e Médias Empresas;
- 2) Programa PME+ - segundo ADEI (2013), este programa da Unidade de Desenvolvimento Empresarial, tem por objetivo apoiar no desenvolvimento e graduação das PME's, de modo que as mesmas possam se assegurar no mercado, e deste modo, melhorar a sua contribuição para aumento de emprego e riqueza nacional.

Destina-se a unidades de pequeno porte. As PME's deverão apresentar o processo de candidatura á ADEI, e a ADEI impõe algumas condições, como por exemplo:

A atividade económica tem que possuir um potencial de crescimento, onde a preferência será dada às PME's que possuem atividades num dos setores estratégicos, cumprimento de obrigações legais como o IUR e INPS, ou ainda a predisposição do destinatário na mobilização do mesmo.

- 3) Programa de acesso ao Mercado – assistência técnica a coletividades/empresariais, onde o intuito é contribuir para a melhoria da sua participação nas cadeias de valor num dos setores estratégicos, através do reforço da organização, produtividade e da competitividade das unidades empresariais associadas;
- 4) Programa Inovar - Visa dinamizar a inovação nas MPME's, como também fomentar a melhoria da competitividade empresarial no país;

O programa inovar segundo ADEI (2013), é destinado às MPME's que já têm negócio iniciado, com um projeto elaborado, ou quando é identificada uma necessidade de inovação interna, nos domínios de:

- 1) Inovação do produto, isto é produtos ou serviços novos ou melhorados, incluindo alterações significativas nas suas especificidades técnicas, componentes, materiais, software incorporado, interface com o utilizador ou outras características funcionais;
- 2) Inovação do processo – inclui alterações de forma significativas de técnicas, equipamentos ou software;
- 3) Inovação Organizacional – é feita a implementação de novos métodos organizacionais na prática do negócio, trabalho ou até mesmo relações externas;
- 4) Inovação de Marketing – o objetivo é a implementação de novos métodos de marketing, cingindo melhorias significativas no design do produto, embalagem, preço, e distribuição da promoção;
- 5) Programa Renovar – è um instrumento importante que serve de apoio para recuperação de negócios/MPME economicamente viáveis ou de organizações em dificuldades;
- 6) Programa Academia MPME – a Academia MPME (figura 8), contribuiu para o reforço de competências profissionais e de gestão de Recursos Humanos das Startups e das PME's.

Academia MPME



Fonte: www.ADEI.cv, 2015

2) Unidade de Inovação e Empreendedorismo (UIE)

Esta unidade segundo ADEI (2013) é responsável para a conceção e operacionalização das atividades e programas de fomento de empreendedorismo e inovação. É uma estrutura central da Agência quando se trata de promoção do empreendedorismo e de iniciativas de negócios para desenvolvimento empresarial.

Como estagiária da área de empreendedorismo e inovação, desenvolveu-se várias atividades com foco no programa Momento do Empreendedor. Foi nesta unidade que a estagiário teve a oportunidade de aprender mais coisas sobre empreendedorismo, e onde consegui alargar as suas competências a nível profissional.

Dentro do programa Momento do Empreendedor, são desenvolvidas várias ações de formação, nas escolas secundárias, Universidades, cidades, aldeias, municípios, de modo a estimular as pessoas com programas ligadas ao empreendedorismo, de modo que o empreendedorismo seja visto como uma alternativa para autoemprego, diminuição da pobreza, através da criação de pequenas e médias empresas. São desenvolvidas atividades concursos, atividades de capacitação, e ações promocionais e entre outros.

- 1) Startup Weekend
- 2) Startup Universitário
- 3) Oficina do empreendedorismo
- 4) Momento do Empreendedor
- 5) Projeto Business LAB (Concept Paper)
- 6) Projeto Concursos e Ideias – Empreender Agora
- 7) Projeto Empreendedorismo Feminino
- 8) Negócio em Dia
- 9) Programa Minuto do Empresário
- 10) Semana Global de Empreendedorismo

O startup Weekend, (figura 9), é um concurso que segundo ADEI (2013), começa numa sexta-feira, com a apresentação de ideias para novas startups. Depois disso, as equipas são formados em torno das ideias mais votadas pelos participantes. A partir daí, começa a criação de startups e seus produtos em apenas 54 horas.

Startup Weekend e seu funcionamento



Fonte: www.ADEI.cv, 2013.

No sábado, o dia inicia com a oficina sobre modelos de negócio e após isso os grupos começam a ser orientados pelos mentores. No Domingo, é feita a mentoria com o intuito de concluir os trabalhos para serem apresentados ao júri. No final é selecionado a melhor ideia de negócio, e o vencedor ganha prémios numa quantia elevada em dinheiro para abrir o negócio.

2) Startup Universitário

Criado pela ADEI em 2012, o Concurso Startup Universitário, (figura 10) tem por objetivo avaliar e premiar ideias e planos de negócios, e constitui uma importante ferramenta de apoio ao empreendedorismo com vista ao desenvolvimento de um sector privado forte e gerador de emprego qualificado.

Entretanto, a (ADEI), cuja missão é a promoção da competitividade e o desenvolvimento das Micro, Pequenas e Médias Empresas, o Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação (MESCI), com a responsabilidade de alargar e consolidar o sistema de ensino superior, o desenvolvimento científico-tecnológico e a inovação realizam concursos em conjunto com o intuito de promover e dinamizar a cultura empreendedora junto das comunidades académicas nacionais. A ideia é mobilizar esses mesmos universitários para apostarem no empreendedorismo e criarem os seus próprios empregos.

Start-Up Universitário



Fonte: www.ADEI.cv, 2012.

O concurso Startup Universitário segundo ADEI (2012) possui alguns objetivos como:

1. promoção e estimulação do empreendedorismo qualificado e inovador junto ao público universitário;
2. promover ideias e mudança de atitudes dos formandos e recém-formados participantes no projeto, induzindo-os a agregar o empreendedorismo nas suas atividades regulares, bem como o desenvolvimento e a aplicação de métodos para a valorização do conhecimento voltado para a cultura e comportamento empreendedor;
- 3) Oficina do empreendedorismo

Segundo ADEI (2013), este é mais um programa de capacitação empresarial, encontra-se sob a responsabilidade da Unidade de Inovação e Empreendedorismo, onde tem por objetivo promover ação integrada de empreendedorismo, capacitação, e acompanhamento empresarial, com foco na competitividade e desenvolvimento sustentável dos Micro e Pequenos Negócios.

Consiste numa formação para o empreendedorismo em massa, onde a duração é de 15 horas, de segunda a sexta-feira, com o objetivo de transmitir conhecimentos e habilidades empreendedoras, ferramentas e práticas de gestão, planeamento e crescimento dos negócios. Visa também estimular o empreendedorismo e a capacidade dos pequenos empresários para melhoria dos seus negócios, assim como, conquistar mercados, e crescer.

O seu público-alvo são os Micro e Pequenos Empresários, profissionais liberais e potenciais empreendedores de todos os setores da atividade económica.

Começou a ser feito em Junho de 2011 e tem sido uma valiosa ferramenta de promoção de empreendedorismo, bem como promoção da cultura empreendedora, e capacitação a nível empresarial.

Segundo dados da ADEI (2015), no ano 2013 foram realizadas oito oficinas, de entre elas, uma na ilha do Sal, uma no conselho de Santa Cruz, outra na Cidade de Calheta, uma na Cidade de Assomada, uma na Ilha do Maio, uma na ilha da Boa Vista e por último uma na Cidade de Picos. Até o momento já foram realizadas 13 oficinas, com um total de 2831 sendo 1663 forma capacitadas no ano 2013, segundo dados da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação.

Vantagens

- 1) utilização de linguagem e material acessível a diferentes públicos-alvo;
- 2) envolvimento dos municípios e outros organismos públicos ou privados no fomento do empreendedorismo;
- 3) passagem de um conjunto de informações importantes para os empreendedores e acessibilidade ao público;

Ainda, destacam-se alguns objetivos da oficina de empreendedorismo como formação, sensibilização dos empreendedores, a busca de informação e a necessidade de capacitar e recorrer a orientação/acompanhamento empresarial de forma a propiciar o desenvolvimento sustentável do seu negócio, entender o ciclo de abertura e operação de um negócio, direcionar para o amadurecimento, operacionalização ou consolidação do empreendimento, facultar experiências práticas em torno do tema empreendedor.

4) Momento do Empreendedor

O projeto Momento do Empreendedor segundo ADEI (2011), (figura 11), é um programa de ação promocional, onde o objetivo é o de facilitar a aquisição de experiências que sirvam de orientação para o autoemprego de estudantes do ensino Universitário, de modo a manterem-se em contacto com a realidade empresarial, social, e mercado de trabalho, e/ou profissionalizante através de ações de capacitação, debates, contato e troca de experiência. Assim, sentem-se familiarizados com o mundo empresarial, terão maior acesso ao emprego e ao autoemprego. O Projeto Momento do Empreendedor promove ações de capacitação, partilha de informação e de treinamento para auxiliar o crescimento a competitividade dos empreendedores e potenciais empreendedores;



Fonte: www.ADEI.cv, 2011.

Tem como público-alvo, estudantes universitários, alunos dos CEFP, Escolas Secundarias e Técnicas, MPME, jovens empresários, empresários beneficiários de apoio ou que estejam sob orientação da ADE. São feitos Workshops, Palestras, Casos de Sucesso e trocas de experiência, vídeos e debates (cinema empresarial), e concursos.

Quanto a ações de capacitação a Agência despõe de feira dos 3 E's (Emprego, Empresas e Empreendedorismo), criado pela ADEI em 2013, com o objetivo de promover a cultura empreendedora através da visibilidade a novas empresas e empreendedores de sucesso do país e do estrangeiro, de forma a inspirar uma geração de novos empreendedores, dinamizar a atividade económica e a competitividade do país.

Durante três dias é realizada uma espécie de Showcases de empreendedores de sucesso, bem como palestras sobre temas fundamentais ao desenvolvimento do negócio, minicursos de empreendedores, onde o objetivo é explicar a gestão do próprio negócio, registo da empresa, dicas para elaboração do projeto de negócio, modelos de financiamento, ect.

5) Projeto Business LAB (Concept Paper)

O Business LAB/ANGELS, segundo ADEI (2012) é um espaço onde é disponibilizado recursos das Incubadoras pertencentes à RENI (Rede Nacional de Incubadoras) e das Universidades em proveito de uma maior aproximação dos estudantes ao meio empresarial. Esta sinergia entre as duas entidades irá fortalecer o desenvolvimento e a realização de várias ações tendo em conta a:

- 1) criação de Startups pelos Universitários;
- 2) Introdução e desenvolvimento da inovação nas empresas através de estudos de Pesquisa e Desenvolvimento;
- 3) criação de Startups pelos Universitários, pretende-se com isto trabalhar junto aos universitários as primeiras fases do processo empreendedor que são os pilares para o sucesso empresarial, nomeadamente:
- 4) amadurecimento da ideia de negócio;
- 5) planificação da ideia de negócio;

- 6) orientação na criação da empresa;
- 7) capacitação em técnicas de gestão.
- 6) Projeto Concursos e Ideias - Empreender Agora

O Concurso Empreender Agora Mobile, segundo ADEI (2011) é um concurso de ideias desenvolvido com recurso à rede mobile de comunicação, aberto a todos os utilizadores da rede. O objetivo é estimular, reconhecer e premiar ideias inovadoras. O concurso procura nesta senda, apreciar as ideias com potencial de acesso e de crescimento no mercado nos sectores de Agronegócio, Industria criativa, Turismo, Cultura, TIC, Agronegócio e Energias Renováveis.

Este concurso conta com forte participação das empresas/instituições nacionais, uma vez que, ao apostar na inovação, as ideias podem afigurar novas soluções para um mercado cada vez mais sensível e em transição permanente, sendo premiadas pelas empresas/instituições do setor afim e assessoradas tecnicamente no desenvolvimento do “Business Plan” e incubadas pela ADEI.

7) Projeto Empreendedorismo Feminino

Segundo o ADEI (2014), pretende-se com o apoio da Associação Comercial de Sotavento, acionar uma ação de formação, utilizando a metodologia Germe, destinada às mulheres, (figura 12), com pelo menos o 12.º de escolaridade e no máximo com 2 anos após a conclusão da Licenciatura. Essas mulheres podem ou não ter experiencia de negócio.

Empreendedorismo Feminino



Fonte: www.ADEI.cv, 2014.

No final da formação, as participantes terão elaborados os seus Planos de Negócios e estarão capacitadas para progredirem e expandirem os seus projetos empresarial. Tanto os Planos de Negócios como os participantes serão avaliados, e selecionados os dois melhores projetos em cada ilha que terão como prémio a entrada direta na Incubadora (Incubação Residente ao 1º

lugar, e Incubação Virtual ao 2º lugar), com os serviços totalmente grátis, e um financiamento monetário no montante de 200.000\$ e 150.000\$, para os 1º e 2ºs lugares, respetivamente.

Objetivos

- 1) promover o desenvolvimento do empreendedorismo feminino;
 - 2) desenvolver competências empresariais nas mulheres;
 - 3) incentivar a atividade económica feminina;
 - 4) capacitar as mulheres com competências para conciliar a vida profissional com a familiar e pessoal.
-
- 8) Negócio em Dia

O Programa Negócio em DIA, (figura 13), tem como objetivo criar o seu negócio no dia. Ou seja é dada à pessoa toda a assistência técnica para criar o seu negócio no próprio dia.

Negócio em Dia



Fonte: www.ADEI.cv (2014).

O programa Negócio em Dia criado pela ADEI (2014), visa desenvolver sessões de diálogo e partilha entre gestores, empreendedores e especialistas sobre questões, críticas de sucesso e crescimento das empresas. Num novo conceito de orientação do grupo, o Negócio em Dia foi concebido à medida das necessidades do empresariado cabo-verdiano, principalmente para aqueles que procuram informações e troca de conhecimentos, com especialistas num curto período de tempo.

O evento é realizado em parceria com a CCISS – Câmara do Comércio, Indústria e Serviços de Sotavento e CCB/AE – Câmara do Comércio do Barlavento/Agremiação Empresarial e as inscrições deverão ser feitas nas referidas Câmaras.

O Negócio em Dia On Line permite a participação de todos os empresários e promotores nos eventos interativos dinamizados por consultores especialistas, em qualquer ilha de Cabo Verde, numa sala de reunião virtual.

9) Programa Minuto do Empresário

Criado em 2013 pela ADEI, o programa Minuto de Empresário, (figura 14) tem por objetivo elevar o conhecimento para ampliar a sustentabilidade, a competitividade e contribuir para o crescimento dos pequenos negócios. O programa é difundido na RTC (Rádio televisão Cabo – Verdiana), de segunda à sexta às 08:05 e às 18:10 horas. Na rádio Comercial, Rádio Comunitário da Boa Vista, e da Ilha do Sal, na cidade de Espargos.

Minuto do empresário



Fonte: www.ADEI (2015)

3) Gabinete do Empreendedor

Segundo ADEI (2011), os Gabinetes do Empreendedor, (figura 15), são espaços que dão assistência a empreendedores e empresários que pretendem desenvolver ou fazer o seu negócio, colocando à disposição destes os programas de Desenvolvimento Empresarial e toda a iniciativa promovida pela ADEI, e seus parceiros com vista ao desenvolvimento do sector privado e da economia nacional, onde cada ilha possui um Gabinete do Empreendedor.

Segundo ADEI (2011), o Gabinete do Empreendedor tem por objetivo,

- 1) apoiar e conduzir as empresas e promotores de projetos no acesso aos programas de desenvolvimento empresarial da Agência;
- 2) efetivar eventos promocionais de empreendedorismo;
- 3) engajamento de entidades relevantes no desenvolvimento e promoção da atividade local;
- 4) auxiliar o acesso a instituições e programas de financiamento;
- 5) promover ações de capacitação empresarial no quadro dos programas de capacitação promovidos pela ADEI;
- 6) promover a cooperação empresarial com empresas consolidadas a nível nacional e internacional;

- 7) apoiar no acesso a programas internacionais de apoio ao setor privado, bem como a implementação dos programas e projetos na agência a nível local.

Gabinete do empreendedor



Fonte: www.ADEI.cv, 2011.

Quanto às atividades, estão organizadas em três categorias. A primeira é a promoção do empreendedorismo, a segunda refere a capacitação, e a terceira ao desenvolvimento empresarial.

Nas ações de promoção do empreendedorismo, são desenvolvidas ações do Momento do Empreendedor, ações de formação para o empreendedorismo como as oficinas do empreendedorismo por exemplo, o acesso à Rede Nacional de Incubadoras, acesso a concursos promocionais do empreendedorismo, o programa Empreender agora, Stur-up Universitário, Stur-up Weekend, e entre outros, bem como divulgação de Brochura de oportunidades de negócio, e aconselhamento e acompanhamento do empreendedor;

Na parte de capacitação, são desenvolvidas um leque variado de formações à medida e direcionadas para melhor gestão de MPME, nas diversas áreas, (financeira, gestão, comercial, produção, marketing, gestão de recursos humanos, produtos de financiamento, e fiscalidade). No apoio ao desenvolvimento do negócio, desempenha funções de planeamento do negócio através da elaboração de planos de negócios, recuperação e reestruturação de empresas, acesso ao financiamento, identificação de novos mercados e oportunidades de negócios, desenvolvimento de novos produtos, marcas e serviços, acompanhamento e aconselhamento da empresa.

Quanto ao seu funcionamento, é feito através de uma rede com instituições parceiras, nomeadamente as Câmaras Municipais, os Centros de Emprego e Formação Profissional, as Comissões Regionais de Parceiros (CRP), as delegações do Ministério de Desenvolvimento Rural, as Associações Empresariais, e cooperativas. Fazem atividades de aconselhamento e orientações, e ações são agendados nos gabinetes, junto ao público-alvo no terreno.

3.4. O Programa CRIA da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação

O programa CRIA segundo ADEI (2013), (figura 16), é um programa que está sob orientação da Unidade de Desenvolvimento Empresarial. Foi criado em 2013 e visa estimular o empreendedorismo e a criação de novas empresas. Destina-se ao empreendedor que pretenda materializar uma ideia de negócio pela via da criação de uma empresa.

Metodologia e Intervenções do Programa CRIA



Fonte: www.ADEI.cv, 2013.

A ADEI estipulou condições de Acesso ao programa CRIA como:

Cada indivíduo deve contactar a ADEI e efetuar uma marcação do seu atendimento, com as seguintes condições de exigibilidade:

- 1) demonstrar ter perfil empreendedor;
- 2) plano de negócio elaborado ou ideia estruturada e comprometimento do empreendedor em investir seus recursos e competências na nova empresa;

O beneficiário deste programa receberá orientação e acompanhamento técnico através de:

- 1) aconselhamento no desenvolvimento da ideia de negócio

- 2) assistência no desenvolvimento do plano de Negócios e no acesso a serviços técnicos;
- 3) facilitação no processo de Criação ou de incubação da nova empresa;
- 4) facilitação do acesso a soluções de financiamento aplicáveis;
- 5) facilitação da participação das Startups beneficiadas em ações de capacitação em gestão para complementar e completar as restantes intervenções de assistência direta;
- 6) acompanhamento técnico da nova empresa;

O programa CRIA, ou programa de criação de empresas da ADEI, compreende três fases.

- 1) atendimento e adjudicação de intervenções
- 2) seguimento e avaliação das intervenções
- 3) orientação

A primeira fase é a fase inicial do desenho do projeto, depois passa pela criação, arranque e desenvolvimento da empresa. Na primeira fase o empreendedor beneficia-se de orientação na maturação da ideia ou projeto e apoio na elaboração do plano de negócio. Na segunda fase do arranque do negócio, recebe aconselhamento no processo de registo e instalação da empresa e mobilização de recursos necessários para o início das operações; e por ultimo, a terceira fase, a fase de desenvolvimento do negócio. Esta fase pode ser longa, com um período de até seis meses.

Quanto às candidaturas para o programa CRIA, este decorre ao longo do ano. A ADEI participa financeiramente até 70% do preço total das intervenções acordadas, sendo o beneficiário comparticipa com 30% do preço das intervenções acordadas.

Segundo a coordenadora da Unidade de Desenvolvimento Empresarial e Inovação da ADEI, Dúnia Lopes (2015), o balanço do Programa CRIA é satisfatório. Em termos estatísticos num último balanço realizado no mês de Outubro de 2014, a execução do programa é na ordem dos 112%. Portanto, segundo a coordenadora, já se ultrapassou a meta de assistências técnicas previstas em todo o país. Para Dúnia Lopes, isto, significa que novos e potenciais empresários veem cada vez mais no programa uma resposta para a colmatação das barreiras que normalmente uma resposta para a colmatação das barreiras que normalmente depararam nas fases de criação e implementação do negócio.

Capítulo 4 - ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO

A estagiária teve contacto com as duas unidades da Agência, nomeadamente a unidade de desenvolvimento empresarial, e a unidade de inovação e empreendedorismo.

Tendo em conta o contrato feito pela agência, são deveres da estagiária:

- 1) conceber, organizar e realizar atividades de promoção do empreendedorismo;
- 2) apoiar na Promoção de ações de capacitação empresarial no quadro dos programas de ca
- 3) capacitação promovidos pela Agência – Academia MPME;
- 4) apoiar e Acompanhar as empresas e promotores de projetos no acesso aos programas de desenvolvimento empresarial da Agência;
- 5) promover o engajamento de entidades relevantes no desenvolvimento e promoção do setor privado;
- 6) assegurar a preparação e o lançamento dos dados recolhidos nos eventos de promoção do empreendedorismo, e posteriormente uma análise qualitativa dos mesmos;
- 7) lecionar sessões de Momento do Empreendedor, (dinamizar formações de capacitação do empreendedorismo nos diversos conselhos em cabo Verde na ilha de Santiago), e entre outros;
- 8) outras atribuições associadas que sejam comeditas á Função;

É possível ver na tabela 2 as atividades desenvolvidas pelo estagiário.

Atividades

1º Conceber, organizar e realizar atividades de promoção do empreendedorismo

Data de Realização: Abril-2015, Maio-2015, Julho-2015, Julho-2015, Agosto-2015, Setembro-2015.

Grau de Execução: 100%

Observações

As atividades que mais e melhor contribuíram para o aperfeiçoamento das habilidades e competências técnicas da estagiária foram as realizadas no ME- Momento do Empreendedor.

São sessões de promoção do empreendedorismo nas diferentes localidades da ilha. A estagiária teve a oportunidade de transmitir às pessoas mensagens importantes sobre o empreendedorismo, motivando-as para criarem os seus próprios negócios e garantir o autoemprego, contribuindo assim para o desenvolvimento do país. Ainda conseguiu passar mensagens positivas acerca da ADEI, orientações sobre o negócio, ajuda na elaboração do plano de negócio e entre outros. De uma forma geral o estagiário conseguiu alcançar os seus objetivos nessa matéria.

2º Apoiar nos programas de capacitação empresarial no quadro dos programas de capacitação promovidos pela Agência- Academia MPME

Data de realização: Junho -2015, Julho-2015, Agosto-2015

Grau de execução: 96%

Observação

Esta atividade também superou as expectativas da estagiária uma vez que fez muitos trabalhos desse género, como angariação de formadores, e formandos para Academia, participação na formação, inclusive teve certificado de participação.

Realizou chamadas telefónicas para concertar atividades, orientações aos formandos, visita ao local da formação. Ou seja fez toda a parte da logística.

Na formação conseguiu aproveitar e saber como gerir as Micro Pequenas e Médias Empresas, técnicas de venda e fidelização de clientes, e empreendedorismo. Entretanto ficou concluído 96% porque não assistiu todas as secções de Academia uma vez que outras eram em outras cidades, e também tinha outros trabalhos para fazer. Quando era assim, tratava apenas da parte da logística, angariação de formandos, e no final da formação encarregava de levar e distribuir certificados.

3º Apoiar e acompanhar as empresas e promotores de projetos no acesso aos programas de desenvolvimento da Agência

Data de realização: Abril -2015, Maio -2015, Julho-2015

Grau de execução 95%:

Observação:

A estagiária teve a oportunidade de atender os promotores com os seus projetos. O que fazia era fazer o primeiro atendimento, saber qual a ideia de negócio, ou o negócio (quando já esta implementado), dando dicas de melhorias, e quando ultrapassava seus conhecimentos enviava para técnicos da agência, para concluir o processo. Contribuiu muito para o campo de estudo da estagiária, porque teve contacto direto com os empreendedores, sabia das suas necessidades, e tentava descobrir o que fazer para ajudá-los.

Dava dicas sobre os programas que a ADEI tinha e decidia qual se adequava às necessidades de cada um. Ainda visitava o espaço dos promotores para ver o que realmente precisava

mudar, juntamente com outros técnicos. Ficou 95% concluído porque a parte de consultoria, elaboração do contrato e conclusão do plano de negócio eram os técnicos que faziam.

Reunia também com os parceiros dos concelhos nas Câmara Municipais para discutir assuntos de promoção do empreendedorismo e desenvolvimento empresarial.

4º Promover o engajamento de entidades relevantes no desenvolvimento e promoção do setor privado

Data de Realização: Abril -2015, Maio -2015, Julho-2015

Grau de execução: 95%

Neste desempenhou função de intermediária, estabelecia contatos para agendar encontros com os parceiros e discutir planos de atividades para cada concelho. Não fez muito trabalho nesta área porque eram atividades que pertenciam à Unidade de Desenvolvimento Empresarial, e muitas vezes estava ocupada com atividades da Unidade de Inovação e Empreendedorismo. Realizava muitas chamadas telefónicas para entidades privadas para marcações de reuniões na Agência sobre os planos de atividades e engajamento com os mesmos.

5º Assegurar a preparação e o lançamento dos dados recolhidos nos eventos de promoção do empreendedorismo e posteriormente uma análise qualitativa dos mesmos.

Data de realização: Abril (2015), Maio (2015), Junho (2015), Julho (2015), Agosto (2015), Setembro (2015).

Grau de Execução: 100%

A estagiária realizou trabalhos desta natureza. Quase todos os dias ocorriam uma sessão do Momento do Empreendedor. Depois disso tinha que preparar o lançamento dos questionários na base de dados para avaliação do evento.

6º Lecionar e dinamizar temas ligados ao empreendedorismo concelhos da ilha de Santiago

Data de realização: Abril (2015), Maio (2015), Junho (2015), Julho (2015), Agosto (2015), Setembro (2015)

Grau de execução: 100%

Esta é mais uma das atividades que mais contribuíram para o aperfeiçoamento e habilidades técnicas. A estagiária dinamizou várias sessões de capacitação do empreendedorismo nas escolas secundárias, Universidades, concelhos o que melhorou muito a sua capacidade de comunicação e de ensino. Teve a oportunidade de ficar sozinha com os alunos, e transmitir algo de bom para eles. As sessões do Momento de Empreendedor lecionadas pela estagiária

superaram as suas expectativas, e lhe serviu para preparar o futuro principalmente se pretende seguir a carreira de docente por exemplo.

Conclusões

No início do estágio existiam muitas expectativas e receios em relação ao estágio, e à realidade da organização. No entanto perspectivou-se que o estágio seria um ano de muito trabalho, mas com um forte contributo na obtenção de competências pessoais e profissionais para o desempenhar de uma futura função, de competências pessoais e profissionais como futura Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização de Empresas. O estágio profissional mostrou-se como uma ótima oportunidade de aprendizagem, favorecendo um melhor espírito de trabalho individual, como também em grupo, bem como atitudes proactivas na identificação e resolução de problemas a nível organizacional, e interpessoal.

Durante seis meses de estágio, a estagiária conseguiu perceber como funciona na prática o empreendedorismo. Sendo objeto de vários estudos, tem-se revelado um fenómeno bastante complexo. Existem inúmeras definições de empreendedorismo correndo-se o risco de se perder na variedade de conceitos. No entanto é notório, nas várias publicações que abordam o fenómeno, a contribuição deste para o desenvolvimento de toda a sociedade e a base de criação da sua riqueza.

Agora mais do que nunca, tendo em consideração as constantes mutações e a instabilidade económica a nível mundial, o empreendedorismo surge como a solução para o desenvolvimento global e sustentado de um país. Sendo uma das ideias do empreendedorismo a criação de empresas, é também consenso geral que as pequenas e médias empresas têm um papel preponderante na criação de emprego e riqueza, pelo que a aposta nessas empresas tem sido constante nos objetivos e programas legislativos de qualquer governo.

Quanto a Cabo Verde, destaca-se a criação da ADEI (entidade responsável pela implementação das políticas de apoio ao empreendedorismo), visando a orientação, capacitação e motivação das MPME's, a promoção das empresas no acesso ao mercado, às tecnologias e ainda intervenções que visam melhorar o ambiente de negócios. Por outro lado, existe ainda as associações empresariais e entidades não-governamentais que visam influenciar as políticas públicas favorecedoras do setor privado no geral, atuando como intermediários entre este e o Governo.

A criação da ADEI veio dinamizar o setor privado, uma vez que o conjunto de ações levadas a cabo, juntamente com outros parceiros, nomeadamente a AJEC (Associação de Jovens Empresários de Cabo Verde), tem dado resultados positivos, aumentando recursos para a economia. Muitas iniciativas estão a ser implementadas, existem apoios a vários níveis, e uma maior participação da sociedade nas diversas atividades de promoção do empreendedorismo. No entanto, os obstáculos ao empreendedor ainda são muitos, nomeadamente no acesso ao financiamento (ao crédito especificamente) e no que diz respeito a política fiscal.

Limitações durante o período de estágio

A realização do estágio correspondeu às expectativas pessoais e académicas, na medida em que, foram alcançados todos os objetivos, nomeadamente o de aprofundar conhecimento e adquirir experiência de trabalho, com o intuito de introduzir-se no mercado de trabalho. Desde o início percebeu que o estágio era um desafio, e ao mesmo tempo foi benéfico, pois o contacto frequente com os técnicos da ADEI fez-se perceber aquilo que é de facto o dia-a-dia de um técnico da área de empreendedorismo, técnico da área de desenvolvimento empresarial, e outras áreas de serviços da instituição.

Assim, a estagiária adquiriu experiência profissional e passou a conhecer como funciona o ambiente real de trabalho. Não teve muitas dificuldades relativamente às tarefas realizadas na Unidade de Inovação e Empreendedorismo, mas as que teve foram superadas graças ao facto de a supracitada Unidade ser bastante organizada, dinâmica, e também a boa vontade manifestada pela estagiária em aprender tais tarefas e ao imprescindível apoio da técnica da área de Inovação e empreendedorismo.

Recomendações à Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação

Durante o período de estágio, foram tiradas algumas conclusões acerca da Agência, que precisam de ser melhoradas. Chegou-se à conclusão de que a agência precisa de aumento de funcionários a nível de Recursos Humanos, na área de Desenvolvimento Empresarial, e também na área de Inovação e Empreendedorismo. Aumentando quadros nessas áreas diminuiria o tempo de espera dos promotores que são assistidos e acompanhados pela ADEI.

Deve ainda investir mais na assistência técnica dos promotores, tendo menor número de promotores para cada consultor, de modo a diminuir a quantidade de promotores que desistem devido a demora no processo de elaboração do plano de negócio, pelo facto de os consultores estarem sobrecarregados. Precisa ainda fazer maior divulgação dos seus serviços, principalmente nas zonas mais distantes da cidade (capital do país), estabelecer mais parcerias, de modo a conseguir contactos de outras empresas de modo que os promotores tenham a garantia de possibilidade de fornecedores e clientes disponíveis para os seus produtos de serviços.

Referências Bibliográficas

Audretsch, D. B., & M. K., (2005). *Entrepreneurship Capital and Regional Growth*. The Annals of Regional Science, 39 (2), pp. 457- 469.

Audretsch, D.B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. New York: Oxford University Press.

Alam, J. M. G. (2011, p. 266). *Determinants of Entrepreneurship in a Conflict Region: Evidence from the Chittagong Hill Tracts in Bangladesh*, 24 (2), p. 285.

Artigo nº 4º-1 *Estatutos/ Objetivos da Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação*

Barron, R. A., & Shane, S. A. (2004). *Empreendedorismo uma Visão do Processo*, São Paulo, editora Thomson Learning.

Baumol, W. (1990). *Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive*. Journal of Political, 98 (5), pp. 893-921.

Barros, A. A., & Pereira, C. M. M. A. (2008). *Empreendedorismo e Crescimento económico: Uma análise empírica.*, 12 (4), pp. 975-993.

Block, J., & Sander. P. (2009) *Necessity and Opportunity Entrepreneurs and Their Duration in Self-Employment: Evidence from German*: Journal of Industry, Competition and Trade: 27 (2), pp. 117-137.

Calvo, G., & Wellisz. S. (1980). *Technology, Entrepreneurship and Firm Size*: Quarterly Journal of Economics, 95 (4), pp. 663-678.

Decreto Regulamentar nº 10/2009 de 8 de Junho (Cabo Verde), *Agência para Desenvolvimento Empresarial e Inovação*.

Drucker, P. F. (1987). *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios*: São Paulo, Editora Pioneira, p. 25.

Dolabela, F. (1999). *Oficina do Empreendedor: A Metodologia de ensino que ajuda a Transformar Conhecimento em Riqueza*, (2ª edição), São Paulo: Editora, Cultura Editores Associados, p. 43.

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*, (3ª edição), Rio de Janeiro, Editora Elsevier.

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo Corporativo: Como ser Empreendedor, Inovar e se Diferenciar em Organizações Estabelecidas*, Rio de Janeiro, Editora Elsevier.

Dornelas, J. C. A. (1999) *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*, Rio de Janeiro, Editora Elsevier.

- Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Serra, F. R. (2009). *Marketing para Empreendedores e Pequenas Empresas*, editora Técnicas Ida.
- Fillion, L. J. (1999). *Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários – Gerentes de Pequenos Negócios*, 34 (2), Brasília USP – Abril/Junho, p. 20.
- Fillion, L. J. (1997). *Le Champ de L'entrepreneuriat Historique, Evolution Tendances: Revue Internationale PME*, 10 (2), pp. 129-172.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, (5ª edition), New York, editor, McGraw-Hill Irwin.
- Hisrich, R. D., & Peter. M. (2004). *Empreendedorismo*, (6ª edição), editora Bokman, Florianópolis, Brasil.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. (2002). *Empreendedorismo e Inovação*, (3ª edição), Porto Alegre, Editora Bookman.
- Landstrom, H., Harich, & Astrom, G. F. (2012), *Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base Research Policy*, 41(7), pp. 1154-1181.
- Landstrom, H., Benner, M., & Lohrke, F. (2010). *Entrepreneurship research: A history of scholarly migration, Historical Foundations of Entrepreneurship Research*. Great Britain: Edward Elgar Publishing. pp. 14-45.
- Lichtenstein, B.B., Dooley, K. J., & Lumpkin, G. T. (2006). Measuring emergence in the dynamics of new venture creation. *Journal Business Venturing*, 21 (2), PP. 153-175.
- Leite, E. P. (2002). *O Fenómeno do Empreendedorismo Criando Riquezas (3ª ed)*. Recife, editor Bagaço.
- Lin, Z. G., & Compton, J. (2000). *The Entry and Exit Dynamics of Self – Employment in Canada: Small Business Economics*, 15 (2), pp. 105-125.
- Miller, R. A. (1984), *Job Matching and Occupational Choice*. *Journal of Political Economy*, 96 (6), pp. 1086-1120.
- Mueller, P. (2007). *Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The impact of entrepreneurship on Growth. Small Business*, 28 (4), pp. 355-362.
- Naúde, W. (2011). *Entrepreneurship in Not Binding Constraint on Growth and Development in the Poorest Countries*. *World Development*, 39 (1), pp. 33-41.
- Oliveira, E. V. (2011). *Empreendedorismo em Cabo Verde: Necessidade ou Oportunidade. Cabo Verde: Realidade da Ilha de Santo Antão*. Dissertação de Mestrado, ISCTE – Business School: Instituto Universitário de Lisboa.

Peter T. L., & Peter, J. B. (2009). *International Review of Law and Economics*, Two tired entrepreneurship and Economic Development. 29 (5), Pp. 252-259.

Razzalini, F. (2012). *Administração de Pequena e Média Empresa*, (edição especial), Curitiba, Editora IESDE Brasil.

Samli, A. C., & J.D. (2008a). *International Entrepreneurship and Quality of Life in W.E Kilbourn* 28 (3). Received: 15 January 2009. Accepted 19 January 2009. Published online 11 January 2009.

Samli, A. C. (2008b). *Entrepreneurship Economic Development and Quality of Life in Third-Word Countries*, 3 (3), pp. 203-213.

Sanyang. S. E., & Huang, W. C. (2009). *Entrepreneurship and Economic Development: The Empretec showcase*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3), Published online 13 January 2009, P.319.

Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e Inovação*, (2ª edição), editora escolar, Lisboa, pp. 34-47.

Schumpeter, J. (1942). *Capitalism and Democracy*. (3ª edição), New York: editor Harper Perennial Modern.

Shane, S. (2012). *Reflection on the 2010 AMR dedicate Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*. *Academy of Management Review*, 37 (1), p.10-20.

Souza, N. B. (2001). *Genealogia e Especificidade acerca de um Empreendedor Popular. O Artesão Brasileiro: II Encontro de Estudos sobre o Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. Universidade Estadual de Londrina.

Taylor, M. P., (2004). *Self – Employment in Britain: When Who ans Why?* *Swedish Economic Policy Review*, 11(2), pp. 139-173.

Yang, X. Y., & Gao, J., (2008). *The Changing Motives for Nascent Entrepreneurship in Chine: Using Global Entrepreneurship Monitor Data*. *Communications 2008, ICC, IEEE international Conference*, pp. 5474-5478.

SITIOS DA INTERNET

ADEI (2009a). *Enquadramento e Apresentação*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=54, acedido em 03-04-2015.

ADEI (2009b). *Objetivos, Objetivos e Visão da ADEI*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=55, acessado em 03-04-2015.

ADEI (2009c). *Pilares de atuação*, retirado de <http://www.ADEI.cv>, em 03-04-2015

ADEI (2009d). *Caraterísticas do Empreendedor*, retirado de www.ADEI.cv, acessado em 30-09-2015.

GEM (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: Estudo do Empreendedorismo em Cabo Verde*, retirado de www.ADEI.cv, em 09-04-2015.

ADEI (2011a). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Programa de Acesso ao Mercado*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=152&Itemid=110, acessado em 05-04-2015.

ADEI (2011b). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Acesso ao Mercado*, retirado de, http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=310:adei-e-parceira-do-business-angels-de-cabo-verde&catid=34&Itemid=70, acessado em 12-04-2015.

ADEI (2011c), *Unidade de Inovação e Empreendedorismo: Momento do Empreendedor*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=105, acessado em 15-05-2015.

ADEI (2011d). *Gabinete do Empreendedor: Conceito*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=201&Itemid=143, acessado em 22-09-2015.

ADEI (2012a). *Unidade de Inovação e Empreendedorismo: Startup Universitário*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=268&Itemid=160, acessado em 07-04-2014

ADEI (2012b). *Business LAB/ANGELS*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=310:adei-e-parceira-do-business-angels-de-cabo-verde&catid=34&Itemid=70, acessado em 02-04-2015.

ADEI (2013a). *Unidades Orgânicas: Unidade de Desenvolvimento Empresarial*, retirado de <http://www.ADEI.cv>, acessado em 04-04-2015.

ADEI (2013b). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Programa CRIA*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=352&Itemid=287, acessado em 05-04-2015.

ADEI (2013c). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Programa INOVAR*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=356&Itemid=291, acessado em 05-04-2015.

ADEI (2013d). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Programa RENOVAR*, retirado de, http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=353&Itemid=288, acessado em 06-04-2015.

ADEI (2013e). *Unidade de Desenvolvimento Empresarial: Programa Academia MPME's*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=354&Itemid=289, acessado em 06-04-2015.

ADEI (2013f). *Unidades Orgânicas: Unidade de Inovação e Empreendedorismo*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=487:inovacao-e-empresariado-em-2013&catid=34&Itemid=70, acessado em 04-05-2015.

ADEI (2013g). *Unidade de Inovação e Empreendedorismo: Startup Weekend*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=434&Itemid=358 acessado em 04-04-2015.

ADEI (2013h). *Unidade de Inovação e Empreendedorismo: Oficina de Empreendedorismo*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=433&Itemid=357, acessado em 08-04-2015.

ADEI (2013i). *Minuto do Empresário*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=362:minuto-do-empresario&catid=59:uncategorised&Itemid=298, acessado em, 15-08-2015.

ADEI (2013j). *Gabinete do Empreendedor: Atividade de Promoção e capacitação de empreendedorismo, e sua funcionalidade*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=162&Itemid=397, acessado em 02-10-2015.

ADEI (2013k). *PME+*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=355&Itemid=290, acessado em 09-09-2015.

ADEI (2013l). *Feira dos 3E's*, retirado de http://adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=432&Itemid=356, acessado em 15-09-2015. Empreendedorismo em Cabo Verde, retirado de www.ADEI.cv, em 31-03-2015.

ADEI (2014a). *Concurso Empreender Agora*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=431&Itemid=355, em 15-05-2015.

ADEI (2014b). *Programa Negócio em Dia*, retirado de http://www.adei.cv/index.php?option=com_content&view=article&id=521:negocio-em-dia&catid=59:uncategorised, acedido em 19-06-2015.

ADEI (2014c). *Empreendedorismo Feminino 2ª edição*, retirado de <http://www.ADEI.cv>, acedido em 29-03-2015.

ADEI (2014 d). Final Report (2014). *Inquérito às Pequenas e Médias Empresas Relativos às Atitudes sobre o Empreendedorismo em Cabo Verde – GEM (2014): Small and Medium Enterprise Capacity Building and Economic Governance – Direção Nacional do Planeamento – Ministério das Finanças e do Planeamento*, retirado de www.ADEI.cv em 25-07-2015.

ADEI (2015a). *Guia do Empreendedor*, retirado de <http://adeiadel.blogspot.pt/2015/07/ja-explorou-o-guia-do-empreendedor.html>, acedido em 05/05/2015.

ADEI (2015b). *Conceito de empreendedorismo*, retirado de www.ADEI.cv, em 06-04-2015

Anexos

Anexo 1- Carta de recomendação profissional da estagiária



CARTA DE RECOMENDAÇÃO PROFISSIONAL

Praia, 08 de Setembro de 2015.

Exmo. (s). Sr. (s)

A quem interessar, **Milú Varela Moreira**, solteira, natural da freguesia de Santa Catarina, ilha de Santiago, residente em Praia, portadora do Passaporte número J404621, emitido em 28/11/2014 pelo Consulado de Cabo Verde em Lisboa – Portugal, NIF número 131155296, com Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização, é pessoa do meu conhecimento, desempenhou as funções de estagiária na área de Unidade de Inovação e Empreendedorismo, durante um período de 6 (seis) meses, desde dia 23 de Março a Setembro de 2015.

O seu trabalho incluía entre outros, conceber, organizar e realizar atividades de promoção do empreendedorismo; apoiar na promoção de ações de capacitação empresarial no quadro dos programas de capacitação promovidos pela Agência – ACADEMIA MPME apoiar e acompanhar as empresas e promotores de projetos no acesso aos programas de desenvolvimento empresarial da Agência, promover o engajamento de entidades relevantes no desenvolvimento e promoção do setor privado; assegurar a preparação e o lançamento dos dados recolhidos nos eventos de promoção do empreendedorismo, para posterior análise qualitativa dos mesmos; outras atribuições associadas que sejam comeditas à função.

Durante esse período em que estive na ADEI – Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação, teve uma boa conduta pessoal e profissional, razão esta pela qual recomendamos seus serviços profissionais.

Por ser verdade, e a pedido da interessada, é passada a presente carta, que assino e mando autenticar com carimbo em uso nesta instituição.

Sem outro assunto de momento.

Melhores Cumprimentos



ADEI – Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação
Ministério do Turismo, Investimento e Desenvolvimento Empresarial
Rua Dr. Júlio Abreu nº3, CP nº 710 – Plateau Praia – Cabo Verde – Tel: +238 260 19 80/90 Fax: +238 261 60 42

ADEI Praia - Rua Dr. Júlio Abreu nº3, CP nº 710 - Plateau - Praia - Cabo Verde - Tel.: 00238 260 19 80/19 90 - Fax: 00238 261 60 42
ADEI São Vicente - Patrice Lumumba, CP nº 100, Mindelo - São Vicente - Cabo Verde - Tel: 00238-231 76 23 - Fax: 00238 231 85 17

Anexo 2 - Relatório de outras atividades afins

Unidade	Atividades	Relatório final
<p>UIE – Unidade de Inovação e Empreendedorismo</p>	<p>1 – Apoio no planeamento, gestão e logística de eventos diversos de fomento do empreendedorismo e capacitação empresarial, nomeadamente, ME-Momento do Empreendedor; ACADEMIA MPME; encontro com os parceiros, lidar com os promotores na prestação de algumas informações;</p> <p>2- Tratamento de questionários e elaboração de relatórios dos eventos de promoção do empreendedorismo e capacitação empresarial;</p> <p>3- Elaboração de atas e memorandos de encontros; chamadas telefónicas; entrega de correspondência; atendimento a utentes; entre outros;</p> <p>Lecionar formações em diversas localidades</p> <p>Organizar e divulgar os eventos; ..., ect</p> <p>Elaboração de fichas de projeto, apoio na elaboração de dossier de candidatura aos fundos do Ministério de Juventude e Bancos</p> <p>2 – Apoio às técnicas da unidade em atividades de</p>	<p>As atividades que mais e melhor contribuíram para o aperfeiçoamento das habilidades e competências técnicas da estagiária foram as realizadas no ME - Momento do empreendedor, pela oportunidade de transmitir as pessoas a finalidade da ADEI; contactos com os promotores para lhes dar orientações sobre a ideia de negócio, a elaboração do plano de negócio. A estagiária adquiriu grande experiência nas formações que lecionou nas escolas e concelhos sobre empreendedorismo. Durante todo o estágio realizou a maior parte das atividades desta unidade.</p> <p>Os outros objetivos foram atingidos e foram fundamentais para a melhoria das suas competências técnicas, e teve assim a oportunidade de colocar em prática as teorias assimiladas ao longo do curso, mais concretamente o desenvolvimento de competências técnicas na área de empreendedorismo através da oportunidade que teve de dar e assistir formações sobre o empreendedorismo. Nesta Unidade ainda teve a oportunidade de atender e orientar promotores de ideias de negócios, tanto na definição e</p>

	<p>desenvolvimento empresarial e seguimento das consultorias em curso</p> <p>3- Desenvolvimento de ações de cariz administrativo e logístico: logística de eventos; elaboração de atas e memorandos de encontros; chamadas telefónicas; entrega de correspondência; atendimento a utentes; entre outros;</p> <p>4- Elaboração de material informativo;</p> <p>Outras ações afins.</p>	<p>planeamento de ideia, como na elaboração de dossiers de candidaturas a fontes de financiamento.</p> <p>O trabalho desenvolvido pela unidade é suportada por várias tarefas administrativas, onde teve um papel fundamental, dando suporte aos técnicos desta unidade, quer no atendimento e seguimento de promotores, agendamento de encontros, logística de eventos, quer na elaboração de documentos diversos (relatórios, atas, memorandos, entre outros) e também no tratamento de inquéritos. Teve também, a oportunidade de inteirar de todos os processos de apoio técnico aos promotores através dos PDE – Programas de Desenvolvimento Empresarial em que abarca vários procedimentos internos e externos. Inclusive teve a oportunidade de simular contractos de assistência técnica e elaboração de TDR'S – Termos de Referências de concursos de contratação de serviços de consultoria</p>
--	---	--

Anexo 3 - Descrição das funções desenvolvidas no estágio

Atividades	Descrição das Atividades	M	A	M	J	J	A	S
<p>1) Inteirar-se do âmbito de atuação, políticas e procedimentos da ADEI</p>	<p>1) O primeiro dia serviu para estudar e munir de todas as informações necessárias de forma a entender os processos e enquadramento das ações da Agência de modo a garantir o desenvolvimento de tarefas e prestação de informações/esclarecimentos aos utentes, no que tange o atendimento/orientações, sobre os negócios</p>	X						
	<p>2) Participação na formação sobre empreendedorismo feminino (exposição de ideias de negócio juntamente com os outros formandos. O estagiário aproveitou e fez o lançamento da sua ideia de negócio, que é abrir Farmácias móveis em Cabo Verde, onde o intuito é chegar às pessoas com dificuldades de mobilização (idosas) e não só na hora certa. O público alvo seria em primeiro lugar os idosos com dificuldades de locomoção, ou que vivem longe das farmácias;</p>	X	X					
	<p>3) Assistência/atendimento aos empreendedores acompanhados do técnico da UDE; logística de TBO e chamadas aos empreendedores para alguns ajustes sobre o plano, e ideia de negócio</p>	X	X	X	X	X	X	
	<p>4) Análise do plano de negócio dos empreendedores junto com o colega</p>		X		X	X		

	da Unidade de Desenvolvimento Empresarial (Carlos Daniel)							
	5) Participação no Seminário Internacional: Boas Práticas do empreendedorismo (Programa CRIE- baseado nas peças do artesanato) na Câmara Municipal da Praia	X						
	6) Visita á Escola Superior de Hotelaria e Turismo, e formação sobre capacitação do empreendedorismo com os estudantes da Escola		X	X	X			
	7) Workshop Cidade Velha – Promoção do Empreendedorismo e Desenvolvimento Empresarial no Município da Ribeira Grande de Santiago		X		X			
	8) Workshop São Domingos – Promoção do Empreendedorismo e Desenvolvimento Empresarial, no Concelho de São Domingos		X		X			
	9) Formação para professores Sobre Empreendedorismo no Concelho de Ribeira Grande de Santiago Localidade de Salineiro.				X			

<p>2) Assistente Técnico e Administrativo na área de Unidade de Inovação e Empreendedorismo e algumas assistências técnicas á UIE</p>	<p>1) Apoio no planeamento, logística, gestão de eventos diversos de fomento do empreendedorismo e capacitação empresarial,</p>	X	X	X	X	X	X
	<p>2) Organização da formação sobre Academia MPME, no âmbito do programa “ Momento do Empreendedor</p>			X	X	X	
	<p>3) Organização de Termos de Referência com as respetivas formações para Academia</p>	X	X	X			
	<p>4) Preencher o TBO Semanal para enviar ao Coordenador (UIE) e Administradora</p>		X	X			
	<p>5) Organização da ficha de avaliação de eventos,</p>	X	X	X	X	X	X
	<p>6) Chamadas telefónicas para encontros com os promotores;</p>	X	X	X	X	X	
	<p>7) Seleção dos promotores para elaboração do plano de negócio em grupo;</p>			X	X	X	
	<p>8) Concertação com os pontos focais dos concelhos, Universidades, e Escolas Secundárias para organização das sessões do Momento do Empreendedor;</p>	X	X	X	X	X	X
	<p>9) Formações e eventos sobre diversos temas nas faculdades, Escolas Secundárias e Concelhos;</p>	X	X	X	X	X	X

	10) Desenvolvimento de ações de cariz administrativo e logístico: Logística de eventos, elaboração de atas e memorandos de encontros; chamadas telefónicas, atendimento aos promotores/ utentes, e entre outros;		X	X	X	X			
	11) Elaboração de fichas de projeto e apoio na seleção de jovens promotores para candidatura a fundos;			X	X				
	12) Prestar informações sobre Academia, REMPE, etc.		X	X	X	X			
	13) Análise/preenchimento de questionários da UIE, feito nas sessões de sensibilização do empreendedorismo;		X	X	X	X	X	X	
3) Participação em outras atividades afins	Participação de atividades realizadas pela ADEI (como workshops, Feiras, Encontro com parceiros nacionais, ect)		X	X	X				

<p>4) Participação em ações e desenvolvimentos de tarefas exigidas pelas entidades de orientação e supervisão do estágio técnico profissional</p>	<p>1) Participar nos encontros de seguimento e avaliação previamente agendados e concertados pelas entidades de orientação e supervisão;</p> <p>2) Elaborar o relatório do estágio no final do período de estágio.</p> <p>3) Zelar pelo cumprimento das ações do plano de estágio.</p> <p>4) Demonstrar melhorias contínuas no desenvolvimento Profissional;</p>	<p>X</p>	<p>X</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>
<p>5) Formações dadas por lecionadas pela estagiária nas Escolas Secundárias, Universidades, e alguns concelhos dentro do programa Momento do Empreendedor</p> <p>Principais Temas:</p> <p>1) Como trabalhar a sua ideia de negócio</p>	<p>A estagiária conseguiu transmitir mensagens importantes a cerca do empreendedorismo aos estudantes, tanto universitários como os da Escola secundária, estimulando-os para no futuro criarem os seus próprios negócios de modo a garantirem o autoemprego e não só. Para além disso ganhou experiências fascinantes como por exemplo relacionar com o público, expor ideias, aperfeiçoar a minha apresentação, e entre outros. A lista de deslocações se encontra mais abaixo.</p>						

<p>2) O processo de identificar, analisar e aproveitar uma oportunidade</p>							
<p>3) Como planificar o meu negócio</p>							
<p>4) Como identificar uma ideia de negócio</p>							
<p>5) Cinema Empresarial: Boas Práticas em Empreendedorismo</p>							
<p>6) Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios</p>							
<p>7) Empreendedorismo e suas Valência</p>							
<p>8) Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios</p>							

Anexo 4 - Plano de deslocação do Mês de Abril

TEMAS	Data	Hora	Local
ACADEMIA: Germe	09-Abr	15 Horas	BIC-Palmarejo
Preparação ACADEMIA – CONFAR	13-Abr	15 Horas	CCISS
ACADEMIA – CONFAR	14-Abr	8:30	CCISS
ME - Instrumentos e mecanismos institucionais de promoção e fomento do empreendedorismo em Cabo Verde	13-Abr	10:30	Jean Piaget
ME - O papel do professor na promoção do empreendedorismo	14-Abr		Escola Salineiro – Cidade Velha
ME - Como identificar uma ideia de negócio	23-Abr	15:30	ENG-UNICV
	24-Abr	10:00	Campus – UNICV
ME - Elevator Pitch: Como vender a sua ideia em 1 minuto	29-Abr	17:00	Campus – UNICV
ME - Como Trabalhar a sua ideia de negócio	20-Abr	9:30 e 15:00	Amor de Deus
ME- O processo identificar, analisar e aproveitar uma oportunidade	28-Abr	15H00	Cesaltina Ramos
ME- Impacto do REMPE nas MPME´s e na Economia Cabo Verdiana	Maio	12 Maio	Jean Peaget

Anexo 5 - Atividades e ação tendo em conta as deslocações

Atividades	Ação
1) Academia CONFAR	Preparação da atividade; Concertação com os pontos focais; Visita ao espaço (arrumação do espaço e materiais didáticos necessários para a formação;
2) Academia Germe	Visita ao espaço acompanhado da orientadora de estágio, ajuda com algumas concertações e chamadas telefónicas;
ME - Instrumentos e mecanismos institucionais de promoção e fomento do empreendedorismo em Cabo Verde	Apenas assistiu o evento. O objetivo de assistir o evento foi precisamente para enquadrar melhor com o assunto e poder aproveitar alguma informação para o meu trabalho do final do curso.
3) O papel do Professor na Promoção do Empreendedorismo	Deslocação para localidade de Salineiro (Santiago), ajuda na logística, chamada para concertação com o ponto focal, distribuição e recolha da ficha de avaliação do evento; Alguns contactos para atendimento e informações sobre Oficina do empreendedorismo aos formandos que mostraram interesse;
4) Como identificar uma ideia de Negócio (2) – ENG e UNICV	Procurar orador, concertar a data e hora com o ponto focal das universidades, (depois disso não foi possível realizar atividade devido a indisponibilidade do formador (a)
5) ME - Elevator Pitch: Como vender a sua ideia em 1 minuto	Responsável para abrir o espaço na Agência para a formação, e zelar pelo bom funcionamento do espaço participar na formação, expor a ideia de negócio, e trabalhar a ideia de negócio;
7) ME- O processo identificar, analisar e aproveitar uma oportunidade	Oradora da formação, chamadas telefónicas para concertar o horário de atividade, entrega e recolha de ficha de avaliação do evento;
8) REMPE - Impacto do REMPE nas MPE's e na Economia Cabo-verdiana	Contactar pessoas para participar no evento, divulgação de informação sobre atividade, chamadas para concertar a atividade, (logística), certificar se os convites já foram entregues;

Anexo 6 - Plano de Deslocação do Mês de Maio

	Hora	Dia	Projeto	Atividade	Local
Maio	09:30	07- Maio	Momento do Empreendedor	Sessões Promoção do Empreendedorismo	- Piaget
	15:30	07-Maio	Momento do Empreendedor	Sessões Promoção do Empreendedorismo	Plateau-EHTC V
	08:50	08-Maio	Reunião UNICV	Planificação de atividades	A.StºA
	09:20 e 14:50	11 –Maio	Momento do Empreendedor	Sessões Promoção do Empreendedorismo	Plateau-Terra Branca
	09:00	13-Maio	Encontro Parceiros	Encontro personalizado com vários parceiros locais	Cidade Velha

Anexo 7 - Plano de deslocação do mês de Junho

Atividade	Data	Hora	Local
4º Empreendedorismo e Gestão de pequenos negócios	12-Jun	16:00	Cidade Velha RARGS
5º Apresentação ADEI e caso de sucesso em Pastelaria/Culinária	12-Jun	14:30	Cidade Velha EAOCV
6º O processo de incubação -,k999 Caso de sucesso	12-Jun	09:30	ENG/UNICV
7º ACADEMIA MPME: o caso das empresas familiares	15-Jun	15:00	São Domingos
8º Encerramento ACADEMIA MPME	19-Jun	17:00	São Domingos
9º ACADEMIA MPME: o caso das empresas familiares	22-Jun	14:30	São Domingos
10º Encerramento ACADEMIA MPME	26-Jun	16:00	São Domingos
11º Sessão de Momento de Empreendedor São Domingos	26-Jun	17:00	São Domingos

Anexo 8: Plano de Atividades/ deslocação do mês de Julho

Atividades	Mês	Hora	Local
Empreendedorismo e oportunidades de negócio	23-Julho	14:00	São Domingos
Empreendedorismo no Agronegócio	03-Julho	9:00	São Domingos
Empreendedorismo e suas Valências	23- Julho	9:00	São Domingos
ACADEMIA: Técnicas de venda e fidelização de clientes	27 – Julho	15:00	Cidade Velha
Apresentação oportunidades de negócio	31-Julho	14:30	Cidade Velha

Anexo 9 - Plano de deslocação do mês de Agosto

	Atividade	Projeto	Responsável	Concelho	Data	Hora
Agosto	Academia/formação: Técnicas de Vendas e Fidelização de Clientes	Academia MPME	Estagiária	Cidade Velha	03 Agosto	13:30
	Encontro com Vereador da Câmara Municipal da Cidade Velha	Momento do Empreendedor	Estagiária	Cidade Velha	04 Agosto	09:00
	Enceramento Formação: Técnicas de Venda e Fidelização de Clientes	Academia MPME	Estagiária	Cidade Velha	07 Agosto	16:00

Anexo 10 - Ações de Sensibilização ao empreendedorismo

Ações de Sensibilização: Momento do Empreendedor	Projeto	Data	Local	Nº de pessoas	Responsável	RG S	Classificação	%
Como Trabalhar a sua ideia de negócio	Momento do Empreendedor ES	20-Abr	Amor de Deus	58 (P)	Estagiária	P.S	Bom	76,8 %
O processo identificar, analisar e aproveitar uma oportunidade	Momento do Empreendedor – ES	28-Abr	Cesaltina Ramos	26(P)	Estagiária	P.S	Razoável	58,6%
Como planificar o meu negócio	Momento do Empreendedor – ES	11-Mai	Amor de Deus	58 (p)	Estagiária	P.S	Bom	75,5%
Como identificar uma ideia de negócio	Momento do Empreendedor – ES	21-Mai	Cesaltina Ramos	54 (P)	Estagiária	P.S	Bom	77%
Cinema empresarial: Boas práticas em empreendedorismo	ME	29-Mai	ISCEE	28 (P)	Estagiária	P.S	Excelente	100%
Empreendedorismo e Gestão de pequenos negócios	ME	13-Jun	CMRGS	12(P)	Estagiária	RG S	MB	96%
Empreendedorismo e GPN	ME	26 Ag	CMRGS	32P	Estagiária	RG S	MB	95%
Empreend. e Suas Valências	ME	24 Jul		35 P		S.D	MB	94%

Anexo 11- Plano de deslocação do mês de Setembro

	Atividade	Projeto	Ações	Responsável	Dia	Concelho	H
Setembro	Atendimento aos promotores	ME	Orientações aos empreendedores, seleção dos candidatos para Fundo	Milú	02/09/2015	São Domingos	9:00



CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

ADEI - AGÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E INOVAÇÃO, criada através da Resolução nº 13/2009, de 18 de Maio, com sede na Cidade da Praia, doravante designada “Contratante”, representado neste acto por **Frantz Monteiro dos Reis Tavares**, munido dos necessários poderes para o efeito e na qualidade de Presidente do Conselho Directivo, adiante designado como ADEI

E

Milú Varela Moreira, solteira, natural da freguesia de Santa Catarina, ilha de Santiago, residente em Praia, portadora do Passaporte número J404621, emitido em 28/11/2014 pelo Consulado de Cabo Verde em Lisboa – Portugal, NIF número 131155296, doravante identificado por Segundo Outorgante

Artigo 1º Objecto

1. Pelo presente Contrato a ADEI adjudica o segundo Outorgante, que aceita, os serviços de **Assistência Técnica** às Micro e Pequenas Empresas em Santiago.
2. O presente contrato enquadra-se no âmbito do quadro do Eixo e Programa **Reforço do Sector Privado e Promoção das MPME e Construção dos Clusters Estratégicos**, Respectivamente:
 - Conceber, organizar e realizar atividades de promoção do empreendedorismo;
 - Apoiar na promoção de ações de capacitação empresarial no quadro dos programas de capacitação promovidos pela Agência – ACADEMIA MPME;
 - Apoiar e acompanhar as empresas e promotores de projetos no acesso aos programas de desenvolvimento empresarial da Agência.
 - Promover o engajamento de entidades relevantes no desenvolvimento e promoção do setor privado;
 - Assegurar a preparação e o lançamento dos dados recolhidos nos eventos de promoção do empreendedorismo, para posterior análise qualitativa dos mesmos;
 - Outras atribuições associadas que sejam comedidas à função.
3. Os serviços contratados serão prestados pelo Consultor a nível individual.



Artigo 2.º

Preços e condições de pagamento

1. O preço total do presente contrato é de **120.000.\$00 ECV (Cento e vinte mil escudos)** incluindo o IUR.
2. O segundo outorgante é responsável pelo pagamento de todos impostos que legalmente incidem sobre a remuneração que tem direito em virtude do presente contrato.
3. O pagamento do preço previsto no número anterior será efectuado em prestações mensais de **20.000\$00 (vinte mil escudos)** efectuado ao final de cada mês.
4. O pagamento do preço previsto no número 1 será sustentado pelo **Orçamento de Funcionamento da ADEI 2015** na rubrica 02.02.02.01.03.01 Assistência Técnica Residentes
5. Para efeitos de pagamento, o segundo outorgante deve apresentar ao primeiro outorgante as correspondentes facturas de serviço.
6. A inobservância do prazo estabelecido no número anterior, considera-se que a respectiva prestação só vence no prazo de *30 dias* subsequentes à apresentação da correspondente factura.

Artigo 3.º

Documentação

1. O primeiro outorgante entregará ao segundo outorgante no prazo de três dias após o início do presente contrato a seguinte documentação:
 - a) Mapa de actividades, objectivos e metas a serem alcançados no período de vigência do contrato;
 - b) O segundo outorgante entregará ao primeiro outorgante no prazo de uma semana o Plano operacional da implementação das acções, no quadro dos objectivos traçados.

Artigo 4.º

Sigilo e confidencialidade

1. As Partes reconhecem a essencialidade de manter o mais estrito sigilo sobre essas informações confidenciais, obrigando-se a:
 - a) Não revelar quaisquer informações confidenciais, no todo em parte, a pessoas ou entidades terceiras.
 - b) Não usá-las senão para o âmbito de relacionamento entre as Partes ou para outro fim especificamente autorizado, previamente, e por escrito, pelas Partes.



- c) Não utilizar em seu proveito, ou no de terceiros, a informação específica e/ou confidencial da Contratante ou da Beneficiária a que venha a ter acesso durante a execução dos serviços objecto do presente contrato
2. A informação confidencial, nos termos do presente contrato, entende-se por toda informação que vier a ser concedida entre as partes ou que venham a ter conhecimento no âmbito do contrato e dentro dos limites estabelecidos pelo princípio de segredo comercial, da concorrência.
3. São informações confidenciais, ainda no âmbito do presente contrato, nomeadamente as ideias de negócios e produtos, dados técnicos, plano de negócios, desenhos, imagens, logótipos, conceitos operacionais, informações financeiras, conhecimentos técnicos.
4. Não constituem informações confidenciais, aquelas que são públicas ou que forem levadas ao conhecimento público pelas partes
5. Em respeito a esse sigilo, as Partes comprometem-se ainda a manter estrito controle de todas as cópias, reproduções ou transcrições, por qualquer modo, de qualquer informação confidencial recebida, de forma a evitar o seu vazamento para fora de restrito grupo de pessoas directamente envolvido na presente consultoria.
6. O incumprimento do presente termo de confidencial por uma das partes, esta obriga-se a indemnizar a outra parte prejudicada por todas as perdas e danos, responsabilidade e despesas que teve assumir em virtude divulgação da informação confidencial.

Artigo 5.º

Aceitação dos serviços prestados

1. Os objectivos serão avaliados mensalmente, e caso os resultados não forem satisfatório para o primeiro outorgante, por motivos justificados, o segundo outorgante obriga-se a corrigir as mesmas, de forma a cumprirem com a qualidade necessária e os resultados esperados.

Artigo 6.º

Subcontratação

O segundo outorgante não poderá subcontratar a terceiros para realização de parte do serviço a ser prestado sem autorização expressa do primeiro outorgante.

Artigo 7.º

Obrigações do primeiro outorgante

1. Sem prejuízo das obrigações constantes do clausulado do presente contrato, o primeiro outorgante obriga-se:
 - a) Coordenar e supervisionar os trabalhos da presente consultoria;
 - b) Dirigir as sessões de seguimento da execução do presente contrato;
2. O primeiro outorgante obriga-se ainda a pagar ao segundo outorgante o montante mensal de 20.000\$00 nas condições definidas no artigo 2º.



Artigo 10.º

Propriedade intelectual e transferência da posse

1. O primeiro outorgante será titular dos direitos de autor, bem como de outros de propriedade intelectual, relativos aos serviços prestados e produtos deles resultantes, nomeadamente, código, fonte, planos, desenhos, documentação e elementos afins, bem como dos produtos consequentes a todas as anteriores posteriores adaptações que se venham a revelar necessários,
2. Com a entrega dos bens objecto do contrato, ocorre a transferência da posse e da propriedade daqueles para o primeiro outorgante, sem prejuízo das obrigações de garantia que impendem sobre o segundo outorgante.

Artigo 11.º

Força Maior

1. Nenhuma das partes será responsável pelo incumprimento das suas obrigações contratuais na medida em que o mesmo tenha sido causado por circunstâncias de força maior.
2. Só são consideradas de força maior as circunstâncias que impossibilitem o cumprimento por uma das Partes, alheias ao seu controlo, que ela não pudesse conhecer ou prever à data da celebração do Contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.
3. Os requisitos do conceito de força maior estipulados no número anterior são cumulativos
4. Podem constituir força maior, se se verificarem os pressupostos dos números anteriores, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, embargos ou bloqueios internacionais, actos de guerra ou terrorismo e motins/ actos de vandalismo.

Artigo 12.º

Interrupção da prestação de serviços

1. Sem prejuízo do disposto noutras cláusulas do Contrato, as partes poderão interromper a prestação dos Serviços previstos no presente Contrato, por qualquer uma das seguintes razões:
 - a) Casos de força maior;
 - b) Facto imputável ao segundo outorgante;
 - c) Facto imputável ao primeiro outorgante;
 - d) Acordo entre as partes.
2. Consideram-se casos de força maior os previstos no artigo anterior.
3. As partes podem interromper o fornecimento por facto imputável ao segundo outorgante: (i) não respeito às orientações das partes na prestação dos serviços: (ii) não comparência sistemática em reuniões de seguimento e encontros de trabalho com o primeiro outorgante: (iii) não cumprimento dos prazos de entrega dos produtos do serviço prestado.



4. Sem prejuízo do disposto no número seguinte, a prestação do serviço não deve ser suspensa sem pré-aviso adequado, salvo casos de força maior ou casos em que a suspensão, pela natureza do motivo que a fundamenta, deva ser decretada com efeitos imediatos.

Artigo 13.º

Rescisão do contrato

1. O incumprimento definitivo, por uma das partes, dos deveres resultantes do presente contrato confere, nos termos gerais de direito, à outra parte o direito de rescindir o contrato, sem prejuízo das correspondentes indemnizações legais.
2. Sem prejuízo do disposto no número anterior, considera-se existir ainda uma situação de incumprimento definitivo que permita a resolução do contrato por uma das Partes sempre que a uma destas seja imputável o incumprimento grave de obrigações dele constantes e esse incumprimento não seja sanável ou, sendo-o, não seja sanado no prazo de 30 (*trinta dias*) ou em justificado prazo inferior a contar da comunicação que lhe seja dirigida pela Parte não faltosa para o efeito.

Artigo 14.º

Lei competente e resolução dos litígios

1. O presente Contrato reger-se-á em todos os seus termos pela legislação cabo-verdiana.
2. Para conhecer de quaisquer litígios emergentes do Contrato, designadamente relativos à interpretação, execução, incumprimento, invalidade ou resolução do mesmo, as partes elegem o foro da comarca da Praia, com expressa renúncia a qualquer outra.
3. As partes no Contrato podem derrogar o disposto no número anterior por acordo escrito, decidindo submeter à arbitragem algum litígio específico.

Artigo 15.º

Comunicação

Salvo quando diversamente previsto, as notificações ou comunicações a efectuar por qualquer das partes, nos termos do Contrato, deverão sê-lo por escrito e enviadas por meio de carta registada, fax, serviço de correio expresso ou correio electrónico com confirmação de leitura, dirigido aos seguintes postos de contacto ou a outros que venham a ser indicados nos termos desta cláusula:

ADEI:

At: Frantz Tavares

Morada: Rua Dr. Júlio Abreu nº 3, C.P - 710. Plateau Praia Cabo Verde

Tel e Fax: +238 2601980/2601990. Fax: 2 61 60 42

Correio Electrónico: Frantz.tavares@adei.cv





Segundo Outorgante.:

At: Milu
Morada: Praia
Tel e Fax: +238 5236584
Correio Electrónico: miluci.moreira@gmail.com

**Artigo 16º
Entrada em vigor**

O presente contrato entra em vigor na data da sua assinatura, e tem duração de 6 meses.

Este contrato foi elaborado em duplicado, sendo um exemplar para cada um dos outorgantes.

De Boa-Fé, as partes assinam,

Data: 23 Março de 2015



Pelo IIº Outorgante

Atendimentos/acompanhamentos aos empreendedores

A agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação desempenha um papel importante, que é o de dar suporte/orientação técnico aos promotores. Funciona como um processo, processo porque o promotor terá que acompanhar todo o percurso até a implementação do negócio. No primeiro momento o promotor procura a ADEI para expor a sua ideia, falar da sua real necessidades, e para obter outras informações adicionais.

É feito um primeiro atendimento, ou seja um encontro com o promotor para ouvir as suas necessidades. Depois disso a Agência disponibiliza um técnico da área de desenvolvimento empresarial e um consultor para a elaboração do plano de negócio. Nesse caso se a ideia for aprovada. Feito o plano de negócio o promotor é orientado para implementação de seu negócio, com direito acompanhamento e supervisão da ADEI. Mais tarde beneficiará de algumas ajudas baseadas nos programas que a ADEI faculta como INOVAR, RENOVAR, ACESSO A MERCADO, PME+).

Na tabela seguinte estão os nomes dos promotores que foram assistidas pela estagiária na Agência, que precisavam de orientações de como abrir o seu negócio e entre outras informações adicionais.

A estagiária manifesta a sua satisfação por ter ajudado essas pessoas, e por fazer um trabalho de que gosta. Viu na agência a oportunidade de crescer profissionalmente.

Anexo 13 – Atendimentos/acompanhamentos feito pela estagiária

Nome do promotor	Ideia de Negócio/informações adicionais
José Maria Almeida	Empresa de Desinfestação
Fernando Spínola	Empresa de venda, fabricação e exposição
Albertino Fonseca	Agropecuária
Aracílio Barros	Transformação de pescado
Belarmido Varela	Agropecuária/Agricultura
Anselmo Té	Importação de madeiras para comercialização
Idmei da Silva	Empresa de congelados
José Carlos Veiga	Empresa de congelados
José Maria	Informações sobre REMPE
Hyacinty	Venda de materiais para construção Civil
Samuel Silva	Moda e Design

Inês Semedo	Confeção de alimentos para venda
Helena Maria Lima	Atelier de costura
Arlindo Monteiro	Manutenção de equipamentos informáticos
José Moreira Silva	Minimercado
Pedro Mirando	Venda de produtos agrícolas
Danilson Jesus Cardoso/ Pedro Cardoso	Fábrica de pão
João Brito Santos	Prestação de serviços de educação
Empresa Flor de Lakakan	Informações sobre certificação de produtos
Edson Leivinha Tavares	Informações sobre REMPE
Vanilse Helena Martins	Coffe Shopping/Restaurante Bar
Lino Ferreira	Informações sobre REMPE
Helga Varela	Cabeleireiro/Estética- Sala de fisioterapia
Carlos Miranda	Correção do plano de negócios e alguns ajustes
Fidel Felipe Varela/Hércules Andrade	Prestação de Serviços de construção Civil
Luciana Lopes de Pina	Confeção de produtos de pastelaria e comidas para vendas
Salamite de Brito Semedo	Fabricação e venda de produtos alimentícios
José Maria Pereira	Prestação de serviços na área de construção Civil
Lucialina Lopes de Pina	Confeção e venda de comida
Maria José Almada	Prestação de serviços na área de Turismo
Ivone Ramos	Fabricação e comercialização
Elisângela Coelho/Maria do Céu Baptista	ATL para estudantes
Adérito Tavares	Empresa de Pastelaria
Ilídio Gonçalves	Agropecuária/criação e venda de galinhas e ovos
José Pereira	Agropecuária
Lenira Moreno/Suzana Cristabel Benhaga	Exposição e venda de produtos

	artesanais
Edmir de Jesus Moreira	Suicultura
Leida Tavares	Cyber
Nelson Carvalho	Agropecuária – avicultura, criação de galinhas de terra para venda de carnes e ovos
Elves Semedo	Hotelaria/Pastelaria
Paulita Monteiro Tavares	Pastelaria
Adilson Baptista Soares	Pastelaria
Adécio Carvalho	Pastelaria
Helton Monteiro	Estúdio de Produção Multimédia e gráfica
Adérito Tavares	Pastelaria
Nelson Carvalho	Cyber
Dilma Moreno Gonçalves	Fabricação e venda de produtos artesanais
Danilson de Jesus Cardoso	Suicultura
Rúben Dias	Supermercado
José Maria Almeida	Empresa de Desinfestação
Fernando Spínola	Empresa de venda, fabricação e exposição
Albertino Fonseca	Agropecuária
Aracílio Barros	Transformação de pescado
Belarmido Varela	Agropecuária/Agricultura
Anselmo Té	Importação de madeiras para comercialização
Idmei da Silva	Empresa de congelados
José Carlos Veiga	Empresa de congelados
José Maria	Informações sobre REMPE
Hyacinty	Venda de materiais para construção Civil
Samuel Silva	Moda e Design
Inês Semedo	Confeção de alimentos para venda
Helena Maria Lima	Atelier de costura

Arlindo Monteiro	Manutenção de equipamentos informáticos
José Moreira Silva	Minimercado
Pedro Mirando	Venda de produtos agrícolas
Danilson Jesus Cardoso/ Pedro Cardoso	Fábrica de pão
João Brito Santos	Prestação de serviços de educação
Empresa Flor de Lakakan	Informações sobre certificação de produtos
Edson Leivinha Tavares	Informações sobre REMPE
Vanilse Helena Martins	Coffe Shopping/Restaurante Bar
Lino Ferreira	Informações sobre REMPE
Helga Varela	Cabeleireiro/Estética- Sala de fisioterapia
Carlos Miranda	Correção do plano de negócios e alguns ajustes
Fidel Felipe Varela/Hércules Andrade	Prestação de Serviços de construção Civil
Luciana Lopes de Pina	Confeção de produtos de pastelaria e comidas para vendas
Salamite de Brito Semedo	Fabricação e venda de produtos alimentícios
José Maria Pereira	Prestação de serviços na área de construção Civil
Lucialina Lopes de Pina	Confeção e venda de comida
Maria José Almada	Prestação de serviços na área de Turismo
Ivone Ramos	Fabricação e comercialização
Elisângela Coelho/Maria do Céu Baptista	ATL para estudantes
Adérito Tavares	Empresa de Pastelaria
Ilídio Gonçalves	Agropecuária/criação e venda de galinhas e ovos
José Pereira	Agropecuária
Lenira Moreno/Suzana Cristabel Benhaga	Exposição e venda de produtos artesanais
Edmir de Jesus Moreira	Suicultura

Leida Tavares	Cyber
Nelson Carvalho	Agropecuária – avicultura, criação de galinhas de terra para venda de carnes e ovos
Elves Semedo	Hotelaria/Pastelaria
Paulita Monteiro Tavares	Pastelaria
Adilson Baptista Soares	Pastelaria
Adélcio Carvalho	Pastelaria
Helton Monteiro	Estúdio de Produção Multimédia e gráfica
Adérito Tavares	Pastelaria
Nelson Carvalho	Cyber
Dilma Moreno Gonçalves	Fabricação e venda de produtos artesanais
Danilson de Jesus Cardoso	Suicultura
Rúben Dias	Supermercado