



**O PAPEL DO INAPEM NO FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA PROVINCIA DO  
KWANZA NORTE-ANGOLA**

**Sebastião Machado Quilaça**

**Dissertação de Mestrado**

**Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização**

**Porto – Julho de 2014**

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



**O PAPEL DO INAPEM NO FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA PROVINCIA DO  
KWANZA NORTE-ANGOLA**

**Sebastião Machado Quilaça**

*Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Contabilidade e  
Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em  
Empreendedorismo e Internacionalização, sob orientação de*

**Celsa Maria Carvalho Machado**

**e**

**Adalmiro Álvaro Malheiro de Castro Andrade Pereira**

**Porto –Julho de 2014**

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

## **Resumo**

Angola é, na actualidade, uma das economias do mundo que regista maior crescimento económico. É no entanto ainda uma economia com uma elevada taxa de pobreza e profundas desigualdades e assimetrias regionais. Muitos acreditam que a implementação de políticas públicas apropriadas possa fomentar o empreendedorismo e permitir um crescimento económico mais equilibrado em que as diferenças regionais se atenuem. A investigação sobre como o empreendedorismo se concretiza nas diversas regiões de Angola e a avaliação dos efeitos das diferentes políticas públicas de apoio ao empreendedorismo é com certeza relevante. O objectivo desta dissertação é contribuir para o aprofundamento desse conhecimento com um estudo sobre como o empreendedorismo se concretiza numa das regiões mais pobres de Angola, a província do Kwanza Norte, e de aferir se as políticas de apoio ao empreendedorismo patrocinadas pelo INAPEM tiveram ou não algum efeito diferenciador nesse empreendedorismo. Para tal, foi realizada uma entrevista a uma dirigente local do INAPEM e foi elaborado um questionário que foi administrado pessoalmente a cerca de 20% das micro, pequenas e médias empresas registadas no INAPEM do Kwanza Norte, no período 1996-2013. Concluiu-se pela inexistência de evidência de que os programas governamentais de fomento do empreendedorismo, no âmbito da formação e da facilitação do acesso ao crédito bonificado, patrocinados pelo INAPEM, tenham potenciado um empreendedorismo mais inovador e mais gerador de riqueza nesta região. Concluiu-se ainda que este empreendedorismo foi exercido maioritariamente por jovens homens trabalhadores, com qualificações académicas superiores à média, com experiência na área de negócios e que decidiram criar um negócio motivados pelo desejo de ascensão económico-social e de independência. Concretizou-se em empresas em nome individual de muito pequena dimensão, que reproduzem a especialização produtiva da região e que recorreram ao crédito bancário para complementar os recursos próprios no financiamento do início da sua actividade. É um empreendedorismo que contribuiu essencialmente para a criação de emprego na região ainda que os seus protagonistas o percepcionem como tendo algum grau de inovação.

**Palavras chave:** Empreendedorismo, PMEs, INAPEM, Kwanza Norte, Angola

## **Abstract**

Angola is, at present, one of the world's economies that recorded higher economic growth. It is however still an economy with a high rate of poverty and deep inequalities and regional disparities. Many believe the implementation of appropriate public policies to promote entrepreneurship and facilitate more balanced economic growth that regional differences attenuate. The investigation into how entrepreneurship is realized in different regions of Angola and the assessment of the effects of various public policies to support entrepreneurship is relevant with certainty. The purpose of this dissertation is to contribute to the deepening of this knowledge to a study on how entrepreneurship is realized in one of the poorest regions of Angola, northern Kwanza Norte province, and to assess whether policies to support entrepreneurship sponsored INAPEM had or not some differentiating effect in entrepreneurship. To this end, an interview was conducted with a local leader of the INAPEM and a questionnaire was administered personally to about 20% of micro, small and medium enterprises registered in INAPEM Kwanza Norte, in the period 1996-2013 has been prepared. It was concluded that there was no evidence that government programs to promote entrepreneurship within the training and facilitating access to subsidized credit, sponsored by INAPEM, have boosted a more innovative entrepreneurship and generates more wealth in this region. It was concluded that this entrepreneurship was exercised mainly by young men workers with above average academic qualifications, with experience in business and decided to create a motivated by the desire for economic and social mobility and independence business. Materialized in individual enterprises are very small, that reproduce the productive specialization of the region and resorted to bank loans to supplement their own resources in financing the beginning of its activity. It is an entrepreneurship that contributed mainly to job creation in the region even though its protagonists the perceptionem as having some degree of innovation.

**Key words:** Entrepreneurship, PMEs, INAPEM, Kwanza Norte, Angola

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho com muito amor e carinho a minha família em geral, a minha esposa Emeltícia Quilaça, a minha mãe Marica Machado e as minhas filhas Marcia Quilaça (Yodivânia) e Charlene Quilaça (Chaeny).

## **Agradecimentos**

Estendo em primeira instância aos meus pais que fizeram tudo por mim, as minhas filhas Márcia Quilaça e Charlene Quilaça a Minha esposa Emeltícia Quilaça os meus agradecimento pela vossa boa compreensão e força que me têm prestado!

Expressos os meus agradecimentos aos meus orientadores nomeadamente a Professora Doutora Celsa Maria Carvalho Machado e o professor Mestre Adalmiro Álvaro Malheiro de Castro Andrade Pereira pela forma sábia como dirigiram este trabalho.

De igual modo agradeço a professora Maria Clara Ribeiro, diretora do curso pela força e encorajamento que desde o início fez- nos provar que era possível cortar a meta.

Um agradecimento especial a todo o corpo docente do curso de mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização, pelo seu rigor, pela sua competência na transmissão dos conhecimentos científicos.

Ao coletivo de trabalhadores da Escola Superior Politécnica do Kwanza Norte, particularmente o professor Pedro Vita Diretor geral, ao meu grande companheiro Manuel Miguel Lourenço António (MAMILÓ), agradeço todo vosso apoio incondicional.

E por fim, agradeço a todos os meus amigos, irmãos e colegas de trabalho que me incentivaram, a prosseguir com os estudos.

Muito obrigado a todos

## **Lista de Abreviaturas**

ANGOP- Agencia Angolana Press

ANIP- Agencia Nacional de Investimento Privado

AKz - Kwanza

BCI- Banco de Comércio e Indústria

B.I- Bilhete de Identidade

BPC- Banco de Poupança e Crédito

BUE- Balcão Único do Empreendedor

CLESE – Centro Local de Empreendedorismo Serviço e Emprego

EU-Euro

FFF- Friend Family and Fools

FGC-Fundo de Garantia de Crédito

FMI- Fundo Monetário Internacional

FMI- Fundo Monetário Internacional

GEM- Global Entrepreneurship Monitor

GUE- Guiché Único de Empresas

I&D- Transferência de Pesquisa

IEMP- Incubadora de Empresa

IGCA- Instituto de Geodesia e Cartografia de Angola

IHD- Índice de Desenvolvimento Humano

INAPEM- Instituto Nacional de Apoio a Pequenas e Médias Empresas

INE- Instituto Nacional de Estatística

INEFOP- Instituto Nacional de Formação Profissional

INSS- Instituto Nacional de Segurança Social

TIC- Tecnologia de informação e comunicação

Km<sup>2</sup>- Quilómetros quadrados

LEGIS- Unidades Técnicas Operacionais e de Gestão da Base de Dados Jurídica dos  
PALOP

LMPME- Lei das micro pequenas e médias empresas

MAPTESS- Ministério de Administração Trabalho Emprego e Segurança Social

MINJUD- Ministério da Juventude e Desporto

MPME- Micro pequena e média empresa

ONU- Organização das Nações Unidas

PIB- Produto interno bruto

PNUD- Programa de desenvolvimento das nações unidas

PALOP- Países Africanos de Língua Oficial Português

PMEs- Pequenas e médias empresas

PROAPEN- Programa de Apoio ao Pequeno Negócio

SADEC- Sociedade de desenvolvimento da África austral

USD- Dólar americano

## **Índice geral**

RESUMO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DEDICATÓRIA.....	iv
AGRADECIMENTOS.....	v
LISTA DE ABREVIATURAS.....	vi
INDICE GERAL.....	viii
INDICE DE TABELAS.....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
<b>Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I – Empreendedorismo.....</b>	<b>4</b>
1.1. Percurso histórico e definição do empreendedorismo.....	5
1.2. O papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico.....	12
1.3. Ser empreendedor.....	13
1.3.1. As capacidades e as características dos empreendedores.....	13
1.3.2. A educação e formação.....	15
1.3.2.1. As oportunidades de negócios.....	16
1.3.3. O posicionamento e gestão das novas empresas.....	17
1.3.4. Posição sociocultural.....	19
1.3.5. O processo da inovação.....	20
1.4. O empreendedorismo em África.....	22
1.5. A importância do empreendedorismo na sociedade angolana.....	23

<b>Capítulo II – Condições socioeconómicos e institucionais do empreendedorismo na provincia do Kwanza Norte</b> .....	28
2.1. Enquadramento geográfico e socioeconómico.....	29
2.2. Economia.....	30
2.2.1. Produto interno bruto.....	30
2.2.2. Emprego.....	33
2.2.3. Empresas.....	33
2.3. Enquadramento institucional.....	35
2.3.1. O INAPEM.....	37
2.3.2. Procedimentos para a criação de uma empresa em Angola.....	41
<b>Capítulo III – Metodologia e análise dos resultados</b> .....	44
3.1. Metodologia.....	45
3.2. Análise e discussão dos resultados.....	47
3.2.1. Análise da entrevista à dirigente do INAPEM.....	47
3.2.2. Análise dos questionários às empresas.....	48
3.2.2.2. O perfil do empreendedor.....	48
3.2.2.1.1. Características demográficas.....	48
3.2.2.1.2. Qualificações.....	50
3.2.2.1.3. Situação profissional anterior e motivações.....	52
3.2.2.2. Caracterização das empresas.....	55
3.2.2.2.1. Início da actividade, registo, forma jurídica e sector de Actividade.....	55
3.2.2.2.2. Investimento e financiamento.....	58
3.2.2.2.3. Dimensão da empresa.....	60

3.2.2.2.4. Extensão geográfica do negócio.....	62
3.2.2.2.5. Inovação.....	62
3.2.3. Análise descritiva bivariada da amostra.....	64
3.2.4. Síntese dos resultados.....	66
<b>Capítulo IV – Conclusão.....</b>	<b>67</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>74</b>
Anexo A: Guião da entrevista e respostas.....	2
Anexo B: Questionário.....	5
Anexo C: Tabelas e figuras.....	11

## Índice de tabelas

Tabela 1.1: Número de emprego gerado pelo empreendedorismo.....	30
Tabela 1.2: Número de formados em empreendedorismo.....	31
Tabela 2.1: Estrutura sectorial do PIB.....	35
Tabela 3.1: Repartição dos inquiridos por bairro.....	51
Tabela 3.2: Empreendedores por qualificações.....	53
Tabela 3.3: Instituição formadora.....	56
Tabela 3.4: Avaliação da formação.....	56
Tabela 3.5: Motivação para o empreendedorismo.....	58
Tabela 3.6: Início da actividade da empresa.....	59
Tabela 3.7: Sector de actividade.....	61
Tabela 3.8: Empresas por capital inicial.....	62
Tabela 3.9: Fundos próprios.....	63
Tabela 3.10: Financiamento.....	63
Tabela 3.11: Dimensão das empresas por nº de trabalhadores a tempo inteiro.....	65
Tabela 3.12: Volume de negócios.....	65
Tabela 3.13: Localização da actividade produtiva.....	66
Tabela 3.14: Localização dos clientes.....	66
Tabela C.1: Volume de negócios * Formação INAPEM.....	12
Tabela C.2: Quantos clientes consideram produto novo * Formação INAPEM.....	13
Tabela C.3: Quantas empresas oferecem produtos semelhantes*Formação INAPEM.....	13
Tabela C.4: Qual o grau de novidade das tecnologias utilizadas * Formação INAPEM.....	14

Tabela C.5: Tabela de contingência das variáveis volume de negócios e obtenção financiamento através organismos governamentais.....	15
Tabela C.6: Quantos clientes consideram produto novo*Obtenção financiamento através organismos governamentais.....	16
Tabela C.7: Quantas empresas oferecem produtos semelhantes*Obtenção financiamento através organismos governamentais.....	16
Tabela C.8: Qual é o grau de novidade das tecnologias utilizadas * Obtenção financiamento através organismos governamentais.....	17
Tabela C. 9: Correlação motivações para o empreendedorismo.....	18

## Índice de figuras

Figura 2.1: Crescimento real do PIB em Angola.....	34
Figura 2.2: Estrutura sectorial do PIB na região Norte de Angola, 2007.....	36
Figura 2.3: Empresas em actividade no Kwanza Norte.....	37
Figura 2.4: Empresas no Kwanza Norte por sector de actividade.....	37
Figura 3.1: Empreendedores por idade.....	53
Figura 3.2: Empreendedores por género.....	53
Figura 3.3: Empreendedores por naturalidade.....	54
Figura 3.4: Situação profissional anterior.....	57
Figura 3.5: Certificada e /ou cadastrada pelo INAPEM.....	59
Figura 3.6: Forma jurídica da empresa.....	60
Figura 3.7: Dificuldade em obter materiais para a actividade.....	61
Figura 3.8: Acesso a financiamento ao abrigo de programas governamentais.....	64
Figura 3.9: Inovação produtos e concorrência.....	67
Figura 3.10: Inovação tecnológica.....	68
Figura C.1: Esquema da entrevista à dirigente do INAPEM.....	19

## **Introdução**

O empreendedorismo é considerado por muitos um instrumento importante para a promoção do desenvolvimento e crescimento económico de um país. O espírito inovador e o dinamismo que lhe estão, em regra, associados funcionam como catalisadores das alterações estruturais essenciais à economia e do aumento da produtividade das empresas (GEM, 2010).

Angola é um país com elevados índices de pobreza e profundas desigualdades e assimetrias regionais, apesar de ser uma das economias que nos últimos anos mais tem crescido economicamente. Muitos consideram que o fomento do empreendedorismo através de políticas públicas apropriadas assegurará um maior crescimento económico com menores desigualdades e assimetrias regionais. No entanto, poucos são os estudos existentes sobre o empreendedorismo em Angola. GEM (2008, 2010), Zinga (2007), Mendes (2012) e Baby (2014) contam-se entre os poucos que podem ser apontados com interesse científico relevante. A investigação sobre como o empreendedorismo se concretiza nas diversas regiões de Angola e a avaliação dos efeitos das diferentes políticas públicas de apoio ao empreendedorismo é com certeza uma investigação relevante e que ainda necessita ser efectuada.

Esta dissertação pretende contribuir para esta linha de investigação com um estudo sobre como o empreendedorismo se concretiza numa das regiões mais pobres de Angola, a província do Kwanza Norte. Pretende adicionalmente avaliar as consequências sobre esse mesmo empreendedorismo das políticas implementadas por um organismo tão importante como o INAPEM para o incentivar. Nesse sentido, adoptou-se uma metodologia que combina a vertente qualitativa com a quantitativa com recurso a uma entrevista e um questionário administrados, respectivamente, a uma dirigente do INAPEM e a um conjunto de 48 micro, pequenas e médias empresas da província do Kwanza Norte registadas neste organismo, no período 1996-2013.

Esta dupla abordagem à direcção do INAPEM e aos empreendedores tem como finalidade por um lado conhecer quais os diferentes programas que o INAPEM tem para oferecer aos empreendedores e a percepção que este organismo tem da sua aplicação e por outro avaliar o impacto desses programas no empreendedorismo. O tratamento dos dados do questionário foi feito recorrendo ao programa SPSS.

Este trabalho reúne informações sobre o perfil empresarial da comunidade do Kwanza Norte, contribuindo para a caracterização dos empreendedores e empresas. Adicionalmente, pretende contribuir para a discussão sobre se as políticas públicas actuais de apoio ao empreendedorismo implementadas por organismos como o INAPEM devem continuar, ser reforçadas ou alteradas.

O presente trabalho apresenta-se dividido em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, faz-se referência ao contributo de alguns percursores do empreendedorismo desde a escola clássica até à atualidade, ao papel do empreendedorismo no crescimento económico, às capacidades e às características dos empreendedores, bem como do papel da educação e da formação para o empreendedorismo. É igualmente abordada a posição sociocultural do empreendedor, importância da inovação no pequeno negócio, bem como a situação do empreendedorismo em África e a sua importância na sociedade angolana.

No segundo capítulo, procede-se à caracterização das envolventes económico-sociais e institucionais que condicionam o empreendedorismo na província do Kwanza Norte. Dá-se particular ênfase às políticas, programas e instituições destinadas a apoiar o empreendedorismo bem como ao sistema jurídico que regula as PME e aos procedimentos para a criação de uma empresa em Angola.

No terceiro capítulo, explicita-se a metodologia utilizada e procede-se à apresentação e discussão dos resultados obtidos da realização da entrevista e da administração dos questionários.

No quarto capítulo, apresentam-se as principais conclusões e limitações do estudo e referem-se algumas linhas de investigação futura.

## **Capitulo I –Empreendedorismo**

## **1.1.Percurso histórico e definição do empreendedorismo**

O espírito empreendedor é fundamentado em alguns pilares numa sociedade de livre escolha como a terra, trabalho e capital Holt (1992). O termo empreendedorismo, da língua inglesa *entrepreneurship* é derivado de *entreprendre*, termo utilizado na França no século XVII, para denominar um indivíduo que assumia riscos de criar um novo negócio Leite (2012). O divulgação do empreendedorismo nas redes sociais, livros, artigos e revistas é fato e que aparenta ser um termo novo, mas para os estudiosos é um conceito antigo que teve diversas vertentes ao longo dos anos.

O empreendedorismo possui muitas correntes e Escolas diferentes de pensamentos sobre o comportamento do empreendedor em diversas épocas. Tendo em conta as opiniões diferentes das diversas escolas. Importa realçar três dos principais precursores deste fenómeno com as respetivas correntes de pensamentos tradicional como Joseph Schumpeter, McClelland e Peter Drucker Leite (2012).

Para evidenciar as abordagens ao estudo do empreendedorismo identificou-se duas correntes relevantes, a primeira trata-se das tradicionais e a segunda refere-se as contemporâneas. Neste caso vamos analisar cada uma delas e identificar divergências e similitudes que cada uma apresenta. Começamos com a primeira que são as correntes tradicionais do empreendedorismo.

Zinga (2007) alega que Richard Cantillon foi o primeiro cientista que se conhece na teoria económica prestando uma grande atenção ao papel do empreendedor, identificando três agentes económico como capitalista, empreendedores e trabalhadores.

Schumpeter (1883-1950) é reconhecido amplamente na literatura sobre o empreendedorismo como autor de uma importante contribuição para o entendimento da ação empreendedora, trata de uma Teoria do Desenvolvimento Económico, Schumpeter considera o empreendedorismo como o fator fundamental desse desenvolvimento. A partir de considerações preliminares sobre a natureza dos fatos da vida humana, Schumpeter entende que estes nunca são pura ou exclusivamente económicos, e que

sempre existem outros aspetos em geral mais importantes, mas que sua intenção reside na explicação de fatos que resultam do comportamento económico, isto é, dirigido, para a aquisição de bens, diferenciando-os do que chama fatos sociais que, segundo ele, resultam do comportamento humano.

Para Filion (1999), Schumpeter contrasta o desenvolvimento económico com o crescimento que é entendido como o processo interno, ou seja, controlado pelo próprio sistema, de ajustes contínuos.

A inovação surge na esfera empresarial quando, por meio da ação de indivíduos, surgem alterações na produção. Produção para Schumpeter significa combinar materiais e forças que estão ao alcance do indivíduo, enquanto o empreendedorismo se manifesta quando novas combinações são desenvolvidas, ou seja, quando surgem novas formas de produção.

A partir dessas noções, Schumpeter introduz o conceito de empreendimento como sendo a realização de novas combinações, sendo o empreendedor o indivíduo cuja função é realizá-lo. É importante notar que, em Schumpeter, o empreendedor não é apenas o criador de empresas, pois como foi mencionado anteriormente, para ele novas combinações surgem em cinco formatos: “novos bens, novos métodos de produção, novos mercados, novas fontes de matérias-primas e novas organizações” (Leite 2012).

Para se entender a proposição de Schumpeter sobre o empreendedorismo é preciso considerar que este visualizava o mesmo como uma função económica, cujo centro é a inovação, e diferente da função gerencial cujo cerne está no ajuste e manutenção do equilíbrio. É fundamental, compreender que para ele o empreendedorismo é um fato económico, isto é, se manifesta no mundo das relações guiadas pelo interesse em aquisição de bens.

David McClelland (1917-1998), foi um psicólogo que desenvolveu estudos focados no comportamento empreendedor. Para ele, o comportamento empreendedor deveria ser visto também como um dos motores do desenvolvimento económico. Contudo, seu foco de atenção estava na busca de explicações para razões que levavam indivíduos específicos a se envolverem no empreendedorismo e outros não.

Na visão de McClelland (1961) sobre o empreendedorismo, surge a noção de papel, diferente da função empreendedora, no sentido que o comportamento empreendedor é um entre diferentes papéis que o indivíduo assume na vida social. O exercício desse papel por um indivíduo, na visão de McClelland, está associado à intensidade de uma força central no comportamento empreendedor que ele denominou necessidade de realização. A necessidade de realização é tida como um traço de personalidade do indivíduo que se caracteriza por uma forte motivação para a excelência, para a obtenção de resultados ótimos em relação a um conjunto de padrões e um forte desejo de sucesso.

Em seus estudos, McClelland (1961) procurou evidências da associação entre alta necessidade de realização e desenvolvimento económico. Seu programa de pesquisa foi amplo e diversificado, envolvendo desde estudos históricos até experimentos em laboratórios. As pessoas com alta necessidade de realização, em geral, procuram assumir responsabilidade na busca de soluções para problemas, tomando iniciativas por vontade própria; necessitam *feedback* rápido sobre seu desempenho; e costumam estabelecer metas desafiadoras e, nesse sentido, assumem riscos moderados em ações nas quais julgam ter controlo sobre a possibilidade de sucesso.

Quando McClelland definiu as características identificadoras do comportamento empreendedor, ele se referiu ao fato do comportamento empreendedor usar o dinheiro como uma medida de resultado. Essa afirmação que restringe também sua concepção de empreendedorismo ao mundo das relações económicas, precisa ser mais bem qualificada para evitar um entendimento erróneo da motivação do comportamento empreendedor.

A satisfação da necessidade de realização está associada a ter iniciado a ação que é bem sucedida e não com o reconhecimento público, no entanto a alta necessidade de realização é orientada por alta necessidade de *feedback* concreto sobre resultados; assim, o dinheiro é uma medida concreta de sucesso, mas não é necessariamente orientador do comportamento no papel empreendedor.

Peter Drucker (1909-2005), defende a proposição do empreendedorismo como uma disciplina do conhecimento humano que pode ser adquirido em nível individual e organizacional, sendo, portanto, comportamento e não traço de personalidade. Ele

considera a possibilidade de desenvolver uma teoria da economia e da sociedade baseada no empreendedorismo, cuja tarefa principal é fazer algo novo. Para ele o empreendedor busca por mudança, responde a ela e a explora como uma oportunidade.

No comportamento empreendedor a inovação é o instrumento específico devendo ser praticada de forma sistemática pelo empreendedor. Assim, é central no comportamento empreendedor desenvolver competências que permitam a busca orientada e organizada por mudanças, acompanhada da análise sistemática de oportunidades que tais mudanças podem oferecer para inovação económica ou social.

Para que isso seja possível, Drucker propõe o monitoramento contínuo de sete fontes de inovação: O inesperado (sucesso ou fracasso); Incongruência da realidade (diferenças entre o que é, parece ser e deve ser); Necessidades de processo; Mudanças na estrutura de mercado ou indústria; Demografia; Mudanças de percepção, humor ou significado (cultura); e Conhecimento novo.

A inovação sistemática deve ser o foco do que Drucker denomina Administração Empreendedora cuja aplicação pode ser feita em empresas existentes, na administração de serviços públicos ou em novas empresas. Para isso, é necessário, ainda segundo Drucker, a definição de políticas empreendedoras que envolvem ações relacionadas à: (1) liderança da obsolescência dos produtos; (2) percepção do novo como oportunidade e não ameaça; (3) trabalho no presente nos produtos que farão um amanhã diferente; (4) estímulo às práticas empreendedoras com autonomia; (5) foco da visão administrativa em oportunidades; (6) mensuração do desempenho inovador; e (7) criação de uma estrutura que permita a inovação.

Uma comparação entre as três contribuições sintetizada sobre o empreendedorismo permite observar algumas semelhanças bem como diferenças.

As semelhanças prendem-se na teoria da inovação sendo o aspeto central do empreendedorismo com o objetivo do desenvolvimento económico e sustentável do indivíduo. As diferenças revelam da seguinte forma, Para Schumpeter o empreendedorismo está centrado na função económica, McClelland afirma que é um

papel centrado no comportamento do indivíduo e para Drucker é uma disciplina do conhecimento que pode ser aprendido em nível individual e organizacional.

Acabamos de tecer algumas considerações sobre as correntes clássicas, agora passemos a falar das correntes contemporâneas.

A percepção do empreendedorismo como um fenômeno associado à criação de novas empresas, iniciada com as proposições de Schumpeter como uma das formas de descontinuidade no sistema económico, e amplificada pela contribuição de McClelland com sua visão do comportamento empreendedor, continua atraindo a atenção de pesquisadores.

Na vertente do empreendedorismo como um fenômeno que pode se manifestar ao nível organizacional, Stevenson e Jarillo ( 1990) sugeriram as seguintes proposições para o fenômeno no campo organizacional:

\*Uma organização empreendedora é aquela que busca oportunidades, independente dos recursos que correntemente controla;

\*O nível de empreendedorismo dentro da organização (i.e. a busca de oportunidades) é criticamente dependente da atitude dos indivíduos dentro da organização posicionados abaixo do escalão de topo da administração;

\*O comportamento empreendedor exibido por uma organização será positivamente correlacionado com seus esforços de colocar os indivíduos em posições para detetar oportunidades; de treiná-los para serem capazes de fazê-lo e recompensá-los por fazê-lo;

\*Organizações que fazem esforços conscientes para diminuir as consequências negativas de fracassos quando oportunidades são buscadas exibirão um maior grau de comportamento empreendedor;

\*Não só a taxa de sucesso, mas a própria quantidade de comportamento empreendedor será uma função da habilidade subjetiva dos empregados em explorar as oportunidades;

\*Organizações que facilitam a emergência de redes informais internas e externas, e permitem a alocação gradual e o compartilhamento de recursos, exibirão um grau maior de comportamento empreendedor.

Argumentos adicionais para uma visão mais integrada do empreendedorismo foram colocados por Jack e Anderson (2002). Essas autoras, baseadas na teoria de estruturação de Giddens, desenvolveram a concepção do empreendedorismo como um processo socioeconômico incrustado, no qual o empreendedor é visto como agente e o contexto como estrutura. Com isto, elas querem dizer que o empreendedor, inserido no meio social, torna-se parte da estrutura local onde seu empreendimento se instala. Isso permite que o empreendedor se baseie e utilize recursos de diversas naturezas e ambiente propício. O empreendedorismo é, para elas, mais do que um processo econômico, é um processo que se beneficia do contexto social que dá forma e cria os resultados da ação empreendedora.

Por fim, Bruyat e Julien (2000), baseados em uma abordagem construtivista, propõem que o desenvolvimento de conhecimento novo em empreendedorismo deve ser orientado por um aceitação da noção que o empreendedorismo é um processo dialógico que envolve um indivíduo e criação de novo valor, e que este somente será entendido se considerarmos o indivíduo, o projeto, o ambiente e os relacionamentos entre eles ao longo do tempo.

Essa visão fundamenta-se em ideias básicas necessárias, que os pesquisadores em empreendedorismo deveriam compartilhar. A primeira é o reconhecimento de que os indivíduos são elementos importantes ou mesmo vital na criação de novo valor. Em segundo lugar, a afirmação de que o indivíduo não é simplesmente uma máquina que reage automaticamente a estímulos do ambiente, mas apresenta a capacidade de aprender e criar e, portanto, tem certa liberdade de ação independente de condições facilitadoras ou restritivas do ambiente.

Afirma Zinga (2007), que apesar de nas últimas décadas o interesse pela investigação em empreendedorismo ter aumentado consideravelmente, um dos grandes obstáculos que os investigadores têm se deparado na criação do quadro conceptual para o empreendedorismo, enquanto campo de investigação, tem sido a sua definição.

Nesta ordem de ideia encontramos vários autores e com muitos conceitos ou definições sobre o empreendedorismo.

Para Dornelas (2001) o empreendedor é aquele que assume os riscos de forma ativa, físicas e emocionais, e o capitalista assume os riscos de forma passiva.

Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010) o empreendedorismo não é um dom divino que nasce com as pessoas, ensina-se como todas as outras ciências.

Neste ponto vista para que haja empreendedorismo com sucesso é necessário dotar os empreendedores com conhecimento sólido, no sentido desempenharem esta função e produzirem ideias inovadoras.

Para Shane e Venkataraman (2000) o empreendedorismo está diretamente ligado à identificação e a exploração de oportunidades econômicas

Entendemos com Lumpkin e Dess (1986) no âmbito das ciências empresariais o empreendedorismo reflete a tendência de uma empresa se envolver e apoiar novas ideias, novidades, experimentação e processos criativos que podem resultar em novos produtos, serviços ou processos tecnológicos.

Dolabela (1999) afirma que o empreendedorismo é uma área bastante abrangente, incluindo temáticas como a criação de empresas, a geração de autoemprego, intra-empendedorismo, empreendedorismo social e políticas públicas. O empreendedor pode ser considerado como uma pessoa capaz de ter uma ideia nova de negócio mesmo com restrições de recursos mas poder identificar as oportunidades no mercado.

Para Dornelas (2001, 37) “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviço para criação de novas formas de organização ou pela exploração de novas matérias. O empreendedor é aquele que deteta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Assim, depois de analisarmos o percurso histórico e vários conceitos associados a ação empreendedora esta caracterizada em várias etapas desde a criação de algo novo, mediante a identificação de uma oportunidade, conseguida através de dedicação e persistência na atividade que se propõe a fazer para alcançar os objetivos predefinidos e estar disposto a assumir riscos calculáveis.

## **1.2.O papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico**

Em todo mundo, os países tem procurado formas de fomentar o empreendedorismo. Isso deve-se à esperança da relação entre o empreendedorismo e o crescimento económico.

Como explica Ferreira *et al.* (2010,18) “são as pequenas e novas empresas e não as grandes corporações as maiores geradoras de novos empregos. Mas os feitos positivos do empreendedorismo nas sociedade não se limita à criação de emprego. Emergem também, pelo seu contributo para a inovação de produtos, serviços, processos, métodos e tecnologias.”

Os estudos GEM- *Global Entrepreneurship Monitor* (2010) são uma referência mundial no estudo- monitorização da evolução do empreendedorismo nos vários países que aderiram a esta iniciativa.

Saraiva (2011, 81) diz que o projecto GEM criado em 1999 tem como um dos objetivos principais analisar a relação existente entre o empreendedorismo e o crescimento económico, sem terem em conta as condições de fomento bem como as principais barreiras de cada país.

Em 2008, foi realizado o primeiro estudo GEM em Angola, que teve um uma capital importância, na criação de políticas de apoio aos empreendedores GEM (2010),

O GEM define o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como o emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de negócio existente por parte de um individuo, de uma equipe de indivíduos, ou de negócios estabelecidos.

Para o GEM (2010) o pagamento de um salario por um período superior a três meses a qualquer pessoa é considerado como o início de um novo negócio ou o desenvolvimento de um já existente.

O estudo GEM (2010) considera as diferentes fases do desenvolvimento económico dos países, classificando-os da seguinte forma: Economia orientadas por fator de produção, orientada para eficiência e orientadas para inovação.

No entanto, os benefícios do papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico não se restringem somente no aumento da produção da riqueza. Também promovem a produção de mudanças nos negócios e na sociedade. Contribuem ainda para aumentar as preferências de realização pessoal, o emprego ou atividade profissional, a função de gerar um rendimento mensal (salário), também permite a satisfação, valorização pessoal e o interesse pelo trabalho.

### **1.3.Ser empreendedor**

Existem alguns aspetos marcantes que personificam um empreendedor, são de carácter comportamentais, organização, criatividade, criação, riqueza e principalmente aquele que assume riscos. Ferreira *et al* (2010, 41) descreve o seguinte: O empreendedor é o que toma iniciativa para criar algo novo e de valor para o próprio empreendedor e para os clientes;

\*O empreendedor tem de desprender o seu tempo e esforço para realizar o empreendimento e garantir o sucesso;

\*O empreendedor recolhe as recompensas sob forma financeira, de independência, reconhecimento social e de realização pessoal;

\*O empreendedor assume os riscos de insucesso do empreendimento, quer sejam riscos financeiros, sociais ou psicológicos/emocionais.

Com Gaspar (2010) compreendemos que ser empreendedor começa por procurar ideias de negócios e se as encontra, passa para a fase de avaliação da ideia e desenvolvimento do projecto que lhe pareça ser uma oportunidade.

No entanto, o empreendedor tem a capacidade de organizar a sua própria equipa de trabalho tais como recursos humanos, matérias e financeiros.

#### **1.3.1.As capacidades e as características dos empreendedores**

Normalmente, existem concepções de características natas, aquelas que nascemos com ela, neste ponto de vista o empreendedor não tem características natas porque trata-se de um ser social influenciado pelo meio em que vive e esta formação empreendedora pode ser influência familiar, estudo, formação e pratica.

Segundo Dolabela (1999, 12), para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve desejar aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão do futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato em prazer e emoção.

Explica Zinga (2007) muitas características foram identificadas na literatura, as quais tem sido associadas ao comportamento empreendedor as mais frequentes são: *risk taking*, iniciativa, inovador e *internal locus of control*.

Argumenta Ferreira *et al* (2010) que não há só um perfil empreendedor que inclua todas as características do empreendedor de sucesso. Eles têm experiências profissionais, níveis de escolaridade, situações familiares, idades, características psicológicas e emocionais diversas.

Neste caso o empreendedor pode ser qualquer cidadão nacional ou estrangeiro quer seja empregado ou desempregado não limitando raça, etnia e religião. No entanto, não existe perfil único do empreendedor, mas podemos identificar uma serie de características mais importantes nos empreendedores.

Hoje em dia todos os profissionais devem investir na valorização das suas capacidades.

Para quem ambiciona ser empreendedor torna-se particularmente relevantes dois aspetos: marketing e capacidades interpessoais Gaspar (2010)

O centro local de empreendedorismo e serviços de emprego um projecto do Ministério de Administração Publica Emprego segurança Social de Angola,

MAPTESS (2014) enumera algumas características que associa-se ao perfil do empreendedor tais como: Entusiasta, ativo e confiante, elevada capacidade de trabalho, apetência para o risco, tolerância face aos erros, orientação para os objetivos, flexibilidade e polivalência, inovador e independente.

Segundo o MAPTESS (2014) estas qualidades ajudam a vencer na competitividade dos tempos modernos, pela experiencia pode-se afirmar que a maioria das pessoas, se estimulada podem desenvolver competências empreendedoras.

Portanto, é importante que o empreendedor avalie bem as suas capacidades e aquilo que se predispõe em complementar, em suma analisando as contribuições dos vários autores

sobre as capacidades e características do empreendedor é possível conceber e implementar uma ideia de negócio.

### **1.3.2. A educação e formação**

A educação está ligada as condições estruturais, as capacidades de gestão, o *know-how* do negócios e a criatividade podem ser aprendidos e desenvolvidos.

Segundo GEM (2010) a educação e formação analisa o grau de incorporação de conteúdos sobre o empreendedorismo nos diferentes níveis do sistema educativo (básico, Secundário e superior) bem como o impacto da educação e formação no empreendedorismo em determinado país.

Neste caso as capacidades e características empreendedoras podem ser cultivadas através de programas educacionais de empreendedorismo.

Afirma Ferreira (2010) que apesar da ideia corrente que os empreendedores têm menor nível de formação escolar é possível que essa ideia seja errada, ou pelo menos que exista uma tendência crescente para pessoas com maiores níveis de formação enveredarem pelo empreendedorismo como opção de carreira profissional.

Estudos do GEM indicam que a capacidade do empreendedor é essencial ao sucesso da nova empresa. A formação é importante para ensinar a gerir os problemas que os empreendedores enfrentam, ele manifesta a necessidade de terem conhecimentos sobre gestão, finanças, estratégia, marketing, liderança e comunicação.

Argumentam Costa e Carvalho (2011) citando Hansemark (1998) que a educação para o empreendedorismo pode ser definida como a educação com o objetivo de criar um novo produto ou serviço com valor económico, particularmente dirigido a pequenas empresas, ao auto emprego e ao desenvolvimento de novas competências.

Dolabela (2003) sustenta que o mundo atual passa por rápidas e profundas transformações que exigem um novo posicionamento da escola. No entanto, a tarefa da educação empreendedora seria essencialmente fortalecer as capacidades dos empreendedores na sociedade.

Aqui nos são sugeridas três categorias para o ensino e formação em empreendedorismo por Jameison (1984) a primeira refere-se a educação sobre empresa, o objetivo principal desta é aumentar a consciência sobre a criação da nova empresa; A segunda trata-se da educação para a empresa, onde a aprendizagem é centrada nas atitudes e associadas à criação e gestão de novas empresas e por último educação na empresa, o objetivo principal refere-se na melhoria da gestão das competências para promover a sustentabilidade dos negócios.

Portanto, atualmente tem surgido modelos e programas para promover em larga escala a atividade empreendedora, fruto da educação e a formação. Importa realçar estes dois elementos constituem a base fundamental para que os empreendedores sejam bem-sucedidos.

#### **1.3.2.1. As oportunidades de negócios**

Normalmente todo o negócio tem objetivos de satisfazer determinadas necessidades. Ao empreendedor cabe identificar as necessidades não satisfeitas no mercado e desenvolver uma oferta de serviço ou produto para suprir as mesmas.

Há muitas formas de identificar novas oportunidades de negócios, ferreira (2010) para ter sucesso o empreendedor tem de ter uma boa ideia de negócio porque, é o começo e uma boa ideia facilitará o sucesso, apesar de ser o suficiente para se ter sucesso como empreendedor.

É preciso que fique claro que uma ideia não é uma oportunidade, para compreendermos esta temática é necessário que se defina os dois termos.

Para Ferreira (2010) ideia é uma representação mental de algo concreto ou abstrato, um conceito ou uma invenção.

Oportunidades de negócio estão por todo lado e esperam por um empreendedor, as novas oportunidades de negócio tem origem em informações que ajuda as pessoas a reconhecer as mudanças no ambiente externo.

Segundo Saraiva (2011) oportunidade de negócio, temos que validar o conceito no terreno, porque uma coisa é aquilo que achamos que os possíveis clientes julgam ser um

problema e outra pode ser o verdadeiro problema, decorrente do que eles pensam de facto.

Explica Santos (2010) que oportunidade é um conjunto de circunstâncias favoráveis que cria a necessidade de um novo produto ou serviço. Ao passo que uma ideia é um pensamento, impressão ou noção, que pode ter, ou não, as qualidades de oportunidade.

Neste caso as novas empresas está baseado em ideias de negócios estas frequentemente tem origem numa oportunidade que foi identificada.

Para Ferreira (2010) as novas empresas são criadas por iniciativa de pessoas empreendedoras que estão dispostas a correr riscos a partir de uma ideia, baseada na perceção de uma oportunidade.

A oportunidade de negócio comporta alguns fatores como: a mudanças tecnológicas, torna possível às pessoas fazerem as coisas de maneiras mais produtivas; mudanças políticas e regulamentares, torna possível desenvolver ideias de negócios para utilizar os recursos em novas formas que sejam mais produtivos ou redistribuem a riqueza de uma pessoa para outra e por fim a mudanças sociais e demográficas, que altera a demanda por produtos e serviços e torna possível gerar soluções para as necessidades dos clientes que são mais produtivos do que aqueles atualmente disponíveis.

### **1.3.3. O posicionamento e gestão das novas empresas**

O posicionamento das empresas refletem-se nas estratégias que a empresa cria para se afirmar no mercado.

O conceito desenvolvido por Michael E. Porter traduz o valor que uma determinada empresa consegue criar para os seus clientes e que ultrapassa os custos de produção Soares (2011).

Para Serra, Ferreira, Torres e Torres (2010) a estratégia necessita de evoluir para que a empresa consiga tirar partido de novas janelas de oportunidades ou para conseguir ultrapassar situações de crise.

Soares (2011) faz-nos compreender que a estratégia empresarial representa o conjunto de decisões a adotar pela organização que visam proporcionar aos clientes mais valor do que o oferecido pela concorrência.

Neste ponto de vista uma estratégia será bem-sucedida se tiver maior capacidade para fazer face a competitividade através do aproveitamento de oportunidades geradoras de valor que atraíam clientes.

Quando Gaspar (2010) refere-se sobre a estratégia de sucesso do empreendedor diz que na realidade esta atividade foca três aspetos como: Oportunidades; Recursos e Mercado.

Segundo Carvalho (2011) os princípios tradicionais da estratégia derivam do simples bom senso. Reduzem-se normalmente a três preceitos gerais que são: adaptação dos meios aos fins; Liberdade de ação e Economia das forças.

Para Frasear Igor (1977) a estratégia é uma regra geral de tomada de decisões, é um eixo de orientação para a relação entre a empresa e o meio ambiente.

O posicionamento consiste em desempenhar atividades diferentes das exercidas pelos competidores ou executar as mesmas mas de forma diferente. Serra *et al* (2010) diz que a estratégia competitiva, neste caso, consiste em escolher deliberadamente um conjunto diferente de atividades para posicionar um conjunto único de valores.

A essência da estratégia centra-se nas atividades desempenhadas, mas o principal objetivo é criar valor que satisfaça as necessidades do cliente. No entanto, existem três tipos de posicionamento a saber i) posicionamento com base na variedade; ii) posicionamento com base nas necessidades e iii) posicionamento com bases no acesso Serra (2010)

Depois de fazermos uma breve abordagem sobre o posicionamento estratégico que não deixa de ser uma arma de combate no mundo dos negócios, passamos agora tratar de uma forma sintética acerca da gestão da nova empresa.

Soares (2011) alega que, a gestão é uma arte porque é uma forma de fazer coisas através das pessoas e dos outros recursos de que a entidade dispõe.

A gestão abrangerá, essencialmente um conjunto de técnicas que visam a melhoria das decisões empresariais a tomar, de forma a levar a cabo, eficazmente os objetivos das várias funções da empresa.

Para Carvalho (2011) pode afirmar-se que sempre que se executar continuamente um conjunto de atividades utilizando vários recursos e, de forma sistematizada, se vão tomando decisões que tornam mais eficiente a execução dessa atividade, existe uma gestão.

Compreendemos com, Ferreira, Santos, Reis e Marques (2010) que a gestão é o processo de conceber e manter um ambiente no qual os indivíduos, conjunta ou individualmente, atingem eficientemente os objetivos definidos.

Neste contexto, todas as empresas ou organizações têm necessidades de gestão para serem mais produtivas, eficazes e mais eficientes, para crescerem e gerar lucros. Assim a gestão esta presente em todas as funções e níveis.

Afirma Soares (2011) que o conceito clássico, desenvolvido por Henry Fayol, considera que a gestão age através do planeamento, organização, liderança e controlo de forma a atingir os seus objetivos organizacionais preconizados.

Os ensinamentos de Carvalho (2011) aprofundam mais esta temática alegando que, para além das cinco funções do processo de gestão, existem mais duas, enumerando-as a conceção e o desenvolvimento.

Portanto, para os empreendedores posicionarem e gerirem as novas empresas terão de ter conhecimentos alargados sobre como posicionar-se e como gerir, já que é um processo que envolve comportamentos humanos, então o novo gestor devera trabalhar com outras pessoas coordenando, liderando as pessoas e controlando a implementação de objetivos estratégicos.

#### **1.3.4. Posição sociocultural**

Esta condição do empreendedorismo segundo dados do GEM analisa a extensão em que as normas sociais e culturais vigentes encorajam ou desencorajam ações individuais relacionadas com o empreendedorismo.

Para Ferreira *et al* (2010) o ambiente cultural em que nos inserimos afeta muito dos nossos valores, atitudes e comportamentos.

Os valores culturais desempenham um papel preponderante na estruturação das instituições, influenciando de certa forma a decisão de autoemprego, Mueller e Thomas (2000) citado por Zinga (2010).

A cultura constitui um sistema de valores particulares de uma sociedade, representando o desenvolvimento das características das pessoas que motivam os indivíduos na sociedade a adotarem comportamentos diferentes de outras sociedades. Atividade empreendedora pode ser um dos comportamentos que varia de país a país por causa da diferença de valores e crenças culturais Mueller e thomas (2000).

A presença de atitudes empreendedora entre a população facilita uma imagem positiva e de sucesso nos negócios porque as redes de contactos, facilitam a entrada no mercado bem como a tomada de decisões para explorar novas oportunidades de negócio.

### **1.3.5. O processo da inovação**

O processo da inovação tem sido muito importante no mundo dos negócios, visto que constitui uma base de sobrevivência de pequenas empresas. Afirma Tidd, Bessant e Pavitt (2001) que num mercado global altamente competitivo reside na elevada especialização e complexidade dos seus produtos e na elevada dificuldade que os novos concorrentes atravessam ao tentarem aprender e dominar as suas tecnologias.

Então podemos frisar alguns conceitos de inovação.

Para Sarkar (2010) é a exploração de novas ideias que encontram aceitação no mercado usualmente incorporado novas tecnologias, processos, *design* ou melhor pratica. O autor acrescenta ainda que o processo de inovação envolve algumas etapas como:

\*Ter uma nova ideia ou repensar uma ideia antiga;

\*Delinear uma estratégia de implementação;

\*Implementação dessa ideia.

Descrevendo um processo estruturado por Cooper (2001) diz que as etapas para o desenvolvimento de um novo produto são:

\*Identificação do alvo;

\*Construir o negócio;

\*Design e desenvolvimento;

\*Testar e validar;

\*Etapa de lançamento, onde o produto é comercializado.

É verdade que quase tudo já foi inventado ou criado como a pólvora e a roda, mas no mundo dos negócios é necessário inovar através da competitividade dos mercados. Para frasear Gaspar (2010) citando Schumpeter, sustenta que para se poder considerar uma ideia de negócio como inovadora obedece os passos seguintes:

\*Lançar novos produtos;

\*Introduzir novos métodos de produção;

\*Entrar em novos mercados;

\*Novas fontes de fornecimento para produzir os mesmos produtos;

\*Reorganizar a indústria.

A teoria de Schumpeter, prevê a mudança, através de inovação, principalmente, por meio da “destruição criativa”, induzida pelo empreendedor, primeiramente pela introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bem. Em seguida a introdução de um novo modelo de produção, ou seja, um método ainda não verificado pela experiência naquele ramo produtivo em que tal introdução é realizada e que não decorre necessariamente de qualquer descoberta científica, mas que pode simplesmente consistir em um novo método de tratar comercialmente uma mercadoria. Na sequência, a abertura de um novo mercado.

Ussmane (2013) define a inovação como meio fundamental para ganhar vantagem competitiva e responder as necessidades do mercado. Neste contexto encaramos a inovação como processo de criação e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias.

Considerando que o empreendedorismo está intrinsecamente ligado à inovação, então é necessário analisar as inovações introduzidas nos mercados, concretamente nas diferentes etapas das suas vidas.

Gaspar (2010) destaca quatro fases a saber: Introdução; crescimento; maturidade e declínio. É importante recordar que em cada fase destas a inovação desempenha um papel preponderante.

Portanto, deve-se aferir que a inovação é muito importante, porque contribui em grande escala no sucesso de uma empresa, na experiência e capacidades tecnológicas para criar novos produto e serviços.

#### **1.4. O empreendedorismo em África**

A África é, indubitavelmente, o continente com muitos recursos minerais e naturais, mas, o desempenho empresarial do continente tem sido fraco, nota-se que as economias africanas possuem enorme potencial para o desenvolvimento do empreendedorismo agrícola por ser rico em recursos naturais.

As economias africanas contribuem com menos de um por cento para o PIB global. Afirma Alamine (2006) as estimativas apontam que cerca de 600 milhões de pessoas em África vivem com menos de 3 dólares por dia Prahalad (2005) e mais de 350 milhões vivem com menos de 1 dólar por dia Moyo (2009). Podemos afirmar que houve pouco progresso por parte da das economias africanas no que concerne o combate a pobreza extrema nos últimos anos. A comparação entre a Ásia oriental e a África de Vassiliou (2010) demonstra-nos que, a proporção da população da Ásia Oriental que vive abaixo da linha da pobreza diminuiu de 80 por cento em 1981 para 18 por cento em 2009, o nível de pobreza da África não tem sofrido alterações consideráveis durante este período. De acordo com o Desenvolvimento Humano do PNUD assinalado entre 2007 e 2008, das 26 economias do mundo com menor Índice de Desenvolvimento Humano (IHD), 25 encontravam-se na África subsaariana.

Especialistas argumentam que o fracasso empresarial da África pode ser atribuído fatores como a falta de sensibilidade dos produtos agrícolas para os preços internacionais, infra-estrutura deficiente, a falta de capital e de políticas governamentais humanas e financeiros que não são abonatório para o empreendedorismo Lall (1995); Robson e Obeng (2008); Sender e Smith, (1989) e Teal (1998). A pesquisa de Rheault e Tortora ,( 2008) confirma-nos que 59 por cento dos nigerianos estavam descontentes com o processo moroso para registrar um negócio .

O empreendedorismo produtivo é prejudicado pela falta de padrões de qualidade e políticas inadequadas ao comércio, Alamine (2006). Argumenta ainda que a má gestão de recursos humanos está entre as principais barreiras ao empreendedorismo em África. Para Wilson (1990) é que muitos empresários africanos do sector privado carecem de capacidade financeira e de gestão para executar grandes empresas e sofisticadas. Mas apesar disso algumas empresas bem sucedidas do continente têm encontrado formas criativas para superar as barreiras económicas e institucional face ao empreendedorismo.

O empreendedorismo em economias de países em desenvolvimento sobre tudo em África, tem sido importante mas, tem sido um aspeto pouco pesquisado do ponto de vista internacional. Estudiosos têm prestado pouca atenção ao empreendedorismo em África. Coster (2007) aconselha que os estudiosos devem ver ou pensar em África como um lugar normal.

Entre os maiores obstáculos para o desempenho empresarial na região destaca-se a falta de competências empresariais e má gestão de recursos humanos, diz-nos Alamine (2006). Estimativas sugerem que cerca de 60 por cento da população africana tem menos de 25anos. A penas um quarto das crianças do continente receberam o ensino secundário. Entre os alunos matriculados no ensino secundário, apenas cinco por cento obtiveram formação profissional. Além disso, noções sobre estudos de negócios são praticamente ausentes.

### **1.5. A importância do empreendedorismo na sociedade angolana**

Angola tem uma economia que está crescer de forma próspera no último decénio, com um índice de crescimento rápido. Sustentam Jover, *et al* (2012) comparando com a China, Nigéria, Índia, Rússia, Brasil e África do Sul, teve a maior taxa de crescimento do PIB de 11,6%. Isto só foi possível com termo da guerra que assolava o país, permitindo a entrada em Angola de receita do petróleo estimulando assim o desenvolvimento de um sector privado Jover *et al* (2012).

Com o fim da guerra, a estabilidade política permitiu o aumento da produção petrolífera bem como a de outros serviços, abrindo caminho para novos investidores. O desenvolvimento económico e social é a distribuição justa do bem estar e qualidade de vida numa economia de mercado, nunca será completo enquanto o mesmo não for

realizado predominantemente pelos cidadãos, famílias e instituições angolanas, Zinga (2007).

O clima empresarial em Angola oferece muitas oportunidades, visto que esta situada na posição 172 em 183 economias do mundo e o ambiente empresarial é deficitário, faltando assim muitos serviços comparando com outros países da região. Afirma Jover *et al* (2012) que a situação empresarial em Angola é ambígua e acarreta muitas barreiras no que se refere ao acesso do alvará comercial, acesso a eletricidade, registo de propriedade, ao financiamento, pagamento de imposto, execução e celebração de contratos, resolução de insolvência de empresas e comércio além fronteiras incluindo a frequente corrupção.

Segundo Jover *et al.* (2012), a organização anti-corrupção *Transpaarency International* classificou Angola entre os dezasseis países em 2011, na posição 168 de 178 países. No entanto o governo angolano tem tomado um leque de medidas para promover a transparência como é o caso da publicação pela primeira vez das auditorias do BNA e da Sonangol bem como apresentação dos relatórios do Orçamento Geral do Estado trimestralmente.

Segundo o relatório sobre o perfil do sector privado do país (2012) diz que as economias foram avaliadas de acordo com os seguintes indicadores que pautam pela competitividade como: Instituições, infraestrutura, ambiente macroeconómico, saúde e educação básica e superior, formação, eficácia do mercado laboral, desenvolvimento do sector financeiro, disponibilidade tecnológica, dimensão do mercado, sofisticação empresarial e inovação. Notamos ainda que avaliados estes indicadores todos comparando com algumas economias de referência a nível do mundo, bem como as da África Austral Angola ocupam o 139º lugar do ranking Jover *et al* (2012)

Questiona-nos Marques (2011) Pode-se falar de empreendedorismo e de um verdadeiro espírito empreendedor em Angola?

Sim porque a passada crise financeira colocou Angola em determinados desafios, como por exemplo dinamizar ou seja criar metodologias para diversificar a economia, isto, é deixar de depender maioritariamente dos recursos naturais como o petróleo e os diamantes, mas sim prestar atenção ao sector privado. É de realçar que o país tem um crescimento económico promissor nos últimos anos e isso traduz-se em surgimento de

novas oportunidades de negócios mas, também carecem o apoio do governo na criação de empresas locais. Marques (2011).

Em 2007, a ANIP (Agencia Nacional de Investimento Publico) alega ter aprovado 1124 projetos, mais de 32 bilhões de kwanzas Marques (2011).Com objetivos de criar novas oportunidades ao mercado para investimento externo e/ou privado incrementando incentivos fiscais às operações de investimento.

Segundo Mendes (2012), o governo angolano esta a desenvolver programas de incentivos fiscais para o investimento, promovendo o desenvolvimento bem como a melhoria das infra estruturas, aumento de produção e o desenvolvimento tecnológico.

No entanto, hoje se esta a implementar muitas reformas no sentido de melhorar e apoiar o sector privado em Angola.

Mendes (2012) estabelece uma linha estratégica do incentivo a atividade empreendedora dos angolanos permitindo o crescimento de novos negócios e inovadores, para que o país deixa de depender simplesmente do petróleo passamos a citar.

\*Melhorar a lei sobre investimentos, sem disparidade tanto nas empresas angolanas como nas estrangeiras;

\*Que a ANIP seja o elo de ligação e gestão de todas as políticas do estado concernente ao investimento público;

\*Incentivar todo tipo de sinergias das empresas angolanas e estrangeiras no âmbito das tecnologias de informação TIC.

Empreendedorismo é, cada vez mais, um instrumento forte no contexto do desenvolvimento económico angolano. Não só se constitui como um dos caminhos valiosos para a diversificação e modernização da economia, como se trata também de uma das mais eficientes formas de rentabilização do potencial humano do país gerando postos de emprego novos. Da fonte do MAPTESS (2013), podemos observar o número de postos de trabalhos e setor de atividade gerados pela atividade empreendedora, no intervalo de 2012 a 2013.

**Tabela 1.1: Número de emprego gerado pelo empreendedorismo**

SETOR DE ATIVIDADE ECONÓMICA	EMPREGOS GERADOS		
	2012	2013	TOTAL
COMÉRCIO	30552	24189	54741
AGRICULTURA	9863	15259	25122
PESCAS	3148	1937	5085
TRANSPORTES	97019	20757	117776
GEOLOGIA E MINAS	2332	17938	20270
INDÚSTRIA TRANSFORMADORA		3403	3403
ENERGIA E ÁGUAS	13245	39309	52554
CONSTRUÇÃO	11849	4747	16596
URBANISMO E HABITAÇÃO		4036	4036
HOTELARIA E TURISMO	4152	15497	19649
SAÚDE	1612	1806	3418
EDUCAÇÃO	19077	4924	24001
TOTAL			346651

Fonte: MAPTESS

Segundo o estudo do GEM (2010), o povo angolano é naturalmente empreendedor, criativo, engenhoso e otimista. Todas qualidades essenciais para a criação e gestão eficaz de novos negócios.

Será um desperdício imperdoável se a este potencial não forem dadas as condições necessárias para progredir, para crescer e para elevar a economia e a sociedade. Existe a consciência disso e as últimas iniciativas governamentais como a criação do INAPEM; da LMPME; do BUE; CLESE; ANIP e Angola Investe todos direcionado para promover o empreendedorismo local e o investimento externo, no sentido do país ter uma economia diversificada e não dependente do petróleo. Mas é preciso mais. É preciso convicção absoluta dos fazedores da política interna, visão estratégica dos agentes económicos, solidariedade e reconhecimento da sociedade civil para que os empreendedores se sintam apoiados e dessa forma tenham uma oportunidade de cumprir

o seu potencial. O GEM (2010). Os seus resultados são uma contribuição honesta e valiosa para que tal aconteça.

Um outro indicativo que se deve aferir é portanto a formação, segundo o MAPESS (2013), aponta algumas províncias em que a formação sobre o empreendedorismo se fez sentir.

**Tabela1.2: Número de formados em empreendedorismo**

<b>Nº</b>	<b>PROVÍNCIAS</b>	<b>BENEFICIÁRIOS</b>
1	BENGUELA	270
2	HUAMBO	230
3	KWANZASUL	184
4	UÍGE	90
5	MOXICO	89
6	KWANZA NORTE	165
<b>TOTAL</b>		<b>1.028</b>

Fonte: MAPTESS

Como se pode apreciar a província do Kwanza Norte ocupa o quarto lugar na tabela com 165 formandos, esses cursos tem sido administrado pelo INAPEM, CLESE, INEFOP e outras Instituições vocacionadas para o efeito.

Analisámos neste capítulo alguns dados que caracterizam Angola, em termos de empreendedorismo bem como algumas dificuldades que ainda enfermam este fenómeno. O setor privado exerce um papel importante no desenvolvimento da economia de um país, no próximo capítulo vamos falar sobre o empreendedorismo numa das regiões de Angola concretamente na província do Kwanza Norte onde o estudo em questão foi feito.

**Capítulo II – Condições socioeconómicas e institucionais do empreendedorismo na  
província do Kwanza Norte**

Neste capítulo far-se-á a caracterização das principais envolventes económico-sociais e institucionais que condicionam o empreendedorismo na província do Kwanza Norte.

## 2.1 Enquadramento geográfico e sociodemográfico

A província do Kwanza Norte localiza-se na região centro-norte de Angola e tem como fronteiras as províncias do Uíge (a norte), do Bengo e de Luanda (a oeste e sudoeste), do Kwanza Sul (a sul) e, de Malange (a este). Esta província tem uma superfície de 24 110 Km<sup>2</sup> e cerca de 420 000 habitantes.

Administrativamente encontra-se subdividida em dez (10) municípios: Ambaca, Banga, Bolongongo, Cambambe, Cazengo, Gulungo Alto, Lucala, Quiculungo, Ngonguambo e Samba Cajú. A capital da província é a cidade de Ndalatando, situada no município de Cazengo, com uma população estimada em 156 364 habitantes, em 2009, e uma superfície de 1 793 Km<sup>2</sup> (GEP, 2011).

De acordo com o inquérito realizado pelo INE em 2008-2009, no âmbito de um estudo sobre o bem-estar da população angolana, a população residente na província do Kwanza Norte é bastante jovem (cerca de 48% tem menos de 15 anos de idade e apenas 3.7% tem mais de 64 anos) e é constituída por 52% de mulheres e de 48% de homens, em linha com a média nacional (Cf. INE, 2011).

Ainda segundo este relatório, a proporção de analfabetos nesta província é de 47%, superando a já elevada média nacional de 34%, e a incidência do analfabetismo nas mulheres é muito superior à nos homens (72% nas mulheres contra 28% nos homens). Cerca de três quartos da população do Kwanza Norte com idade superior ou igual a 18 anos frequentou alguma vez a escola mas, apenas 9%, atingiu um nível de escolaridade superior ao básico (INE, 2011). Em suma, é uma população muito pouco qualificada academicamente.

É também uma população que maioritariamente vive abaixo da linha de pobreza. Segundo os dados do INE (2011), cerca de 53% da população residente na região centro norte (região da qual faz parte o Kwanza Norte) tem um nível de consumo abaixo da linha de pobreza (4.793 Kz por mês, ou seja, menos de 50 USD por mês). A pobreza afecta principalmente as populações rurais onde a incidência da pobreza é praticamente o dobro (64%) da observada no meio urbano (34%). Esta é uma das regiões de Angola

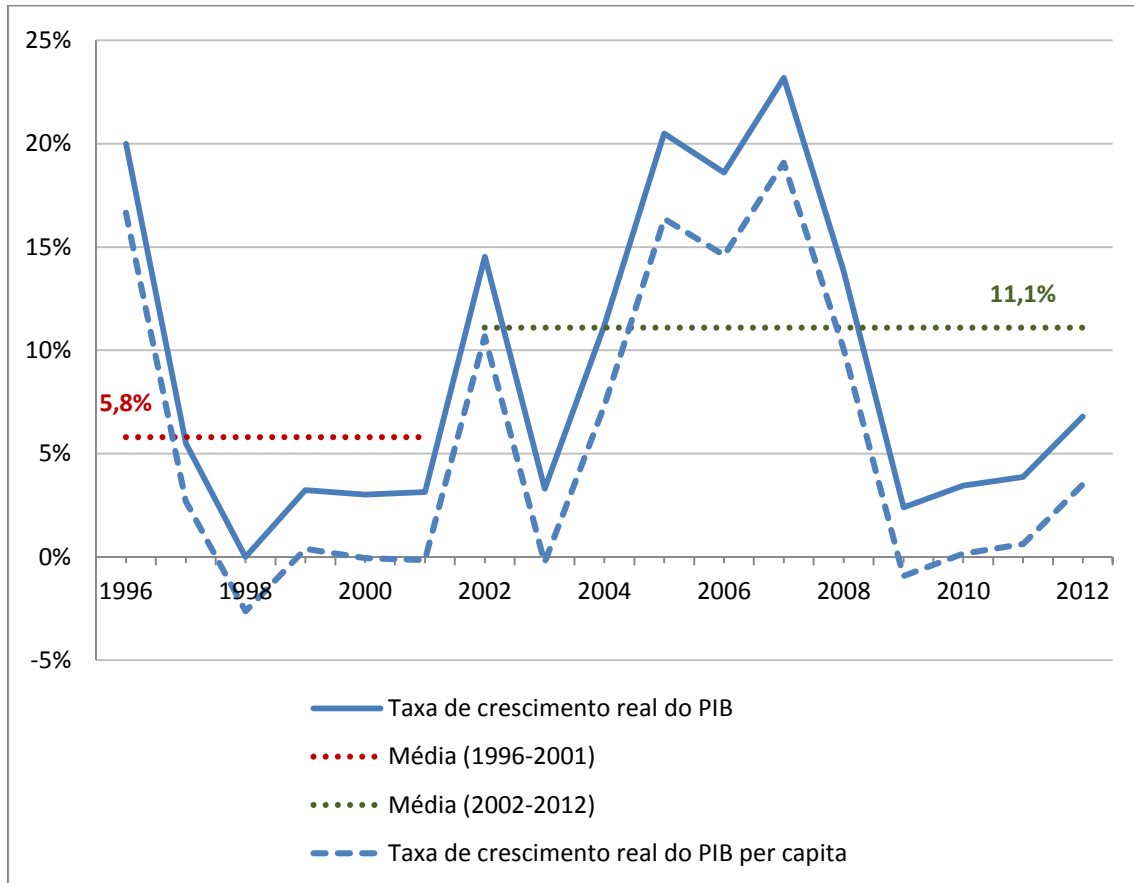
onde a incidência da pobreza é mais elevada. A incidência da pobreza nesta região excede em cerca de 16 pontos percentuais a verificada no conjunto do território angolano.

## **2.2 Economia**

### **2.2.1 Produto Interno Bruto**

Na última década, a economia angolana encontra-se entre as economias com maior crescimento económico do mundo (Cf. Jover *et al.*, 2012). Efectivamente, como se pode observar na figura 2.1 o crescimento real anual médio do PIB foi de 11.1% na última década, apesar dos efeitos negativos da crise mundial de 2008-2009. Durante este último decénio, passou-se de um crescimento anual a dois dígitos para um crescimento a um dígito no período 2008-2012, ainda que com tendência crescente. Este elevado crescimento da economia angolana resulta, na opinião de Jover *et al.* (2012), da estabilidade política, conseguida com o fim da guerra em 2002, e do crescimento da produção e exportação petrolífera com preços internacionais em alta. As elevadas receitas obtidas da exportação do petróleo permitiram o financiamento da reconstrução de Angola e estimularam o desenvolvimento de um sector privado não-petrolífero.

**Figura 2.1: Crescimento real do PIB em Angola**



Fonte: Unctad e cálculos do autor

A importância do sector petrolífero na economia angolana é evidente na repartição sectorial do PIB reportada na tabela 2.1. A actividade produtiva da indústria extractiva e energética representa mais de 50% do PIB angolano, ainda que a sua importância relativa tenha registado uma quebra acentuada nos últimos anos (Cf. tabela 2.1, período 2002-2007 vs. 2008-2012). Os sectores que se revelaram mais dinâmicos e mais cresceram em percentagem do PIB nos últimos anos foram a construção, a indústria transformadora e os serviços mercantis de comércio e transporte.

**Tabela 2.1: Estrutura sectorial do PIB**

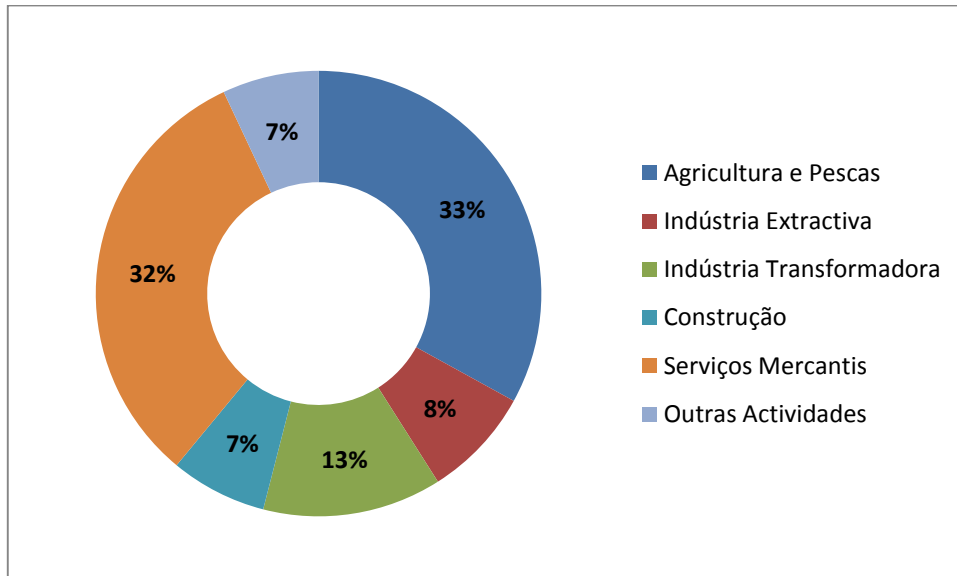
	<b>1996-2001</b>	<b>2002-2007</b>	<b>2008-2012</b>
<b>Agricultura, caça, silvicultura e pesca</b>	8.3%	8.0%	9.3%
<b>Indústria</b>	66.8%	68.7%	63.6%
Indústria extractiva, energia e água	58.9%	60.5%	50.3%
Indústria transformadora	4.1%	4.2%	5.9%
Construção	3.9%	3.9%	7.3%
<b>Serviços</b>	24.9%	23.3%	27.2%
Comércio por grosso e a retalho, restauração e alojamento	12.3%	12.0%	15.2%
Transporte, armazenagem e comunicações	3.7%	3.6%	4.6%
Outros serviços	8.9%	7.6%	7.3%
<b>Total</b>	100%	100%	100%

Fonte: Unctad e cálculos do autor

A província do Kwanza Norte é a província que menos contribui para o PIB angolano. De acordo com as estimativas apresentadas por Rocha (2010), o PIB gerado por esta província representava apenas 0.03% do PIB nacional em 2007 enquanto Luanda concentrava 75% da produção angolana. Segundo o mesmo estudo, o Kwanza Norte é também a província que regista menor PIB por habitante e a mais subdesenvolvida dentro da região em que se insere.

A estrutura sectorial do PIB na região Norte, da qual faz parte a província do Kwanza Norte, é bastante diferente da do todo nacional. Como se pode observar na figura 2.2, nesta região os sectores produtivos mais relevantes eram a agricultura e pescas (33%), os serviços mercantis (32%) e a indústria transformadora (13%), em 2007.

**Figura 2.2: Estrutura sectorial do PIB na região Norte de Angola, 2007**



Fonte: Rocha (2010)

### 2.2.2 Emprego

O elevado peso do sector petrolífero na actividade produtiva de Angola é apontado como um dos responsáveis pelo fraco dinamismo na criação de emprego. De acordo com o relatório “Perspectivas Económicas em África” (2012) sobre Angola, o desemprego tem-se mantido elevado, com uma média estimada de 26% desde 2007. As assimetrias e desigualdades regionais têm também expressão neste indicador. Segundo Rocha (2010), a taxa de desemprego na zona Norte era de 34.3% em 2007, cinco pontos percentuais acima da verificada no conjunto do território angolano.

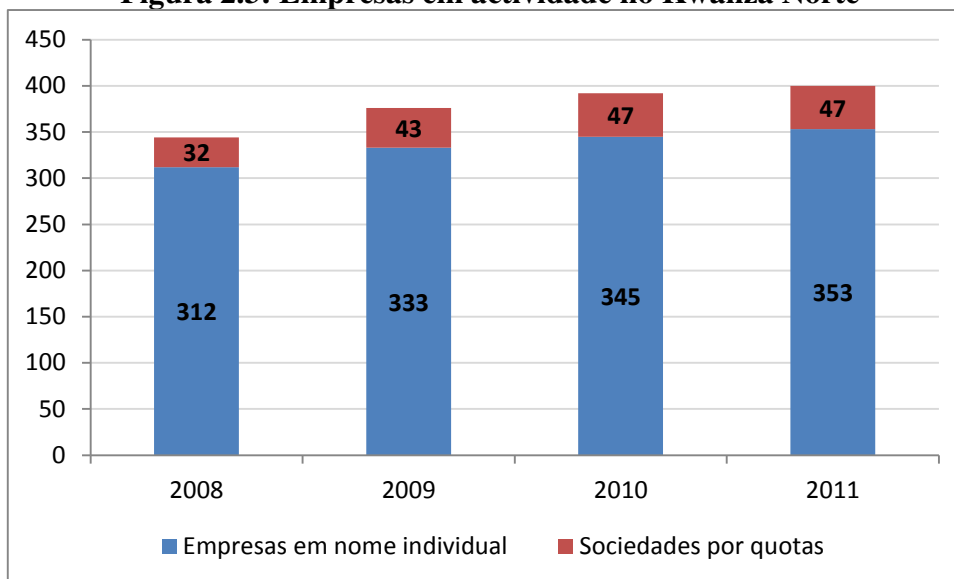
Por sua vez, a esmagadora maioria da população empregada dedica-se às actividades agrícolas. Na região Norte, o emprego agrícola representava 90% do emprego na região enquanto o emprego empresarial e o emprego público representavam, respectivamente, 4% e 6% do total, em 2007 (Rocha, 2010). Nesta região, a importância do emprego no sector empresarial é ainda mais marginal que no conjunto do território angolano onde o emprego empresarial representava cerca de 12% do emprego total.

### 2.2.3 Empresas

Os dados disponíveis no INE de Angola sobre as empresas permitem concluir pelo menor dinamismo do empreendedorismo no Kwanza Norte relativamente ao todo nacional. Efectivamente, entre 2008 e 2011, o número de empresas em actividade nesta província cresceu apenas 16% enquanto, a nível nacional, esse aumento foi de 24%. Por

sua vez, as empresas em nome individual são dominantes (figura 2.3), representando em média cerca de 89% do total das empresas residentes no período 2008-2011.

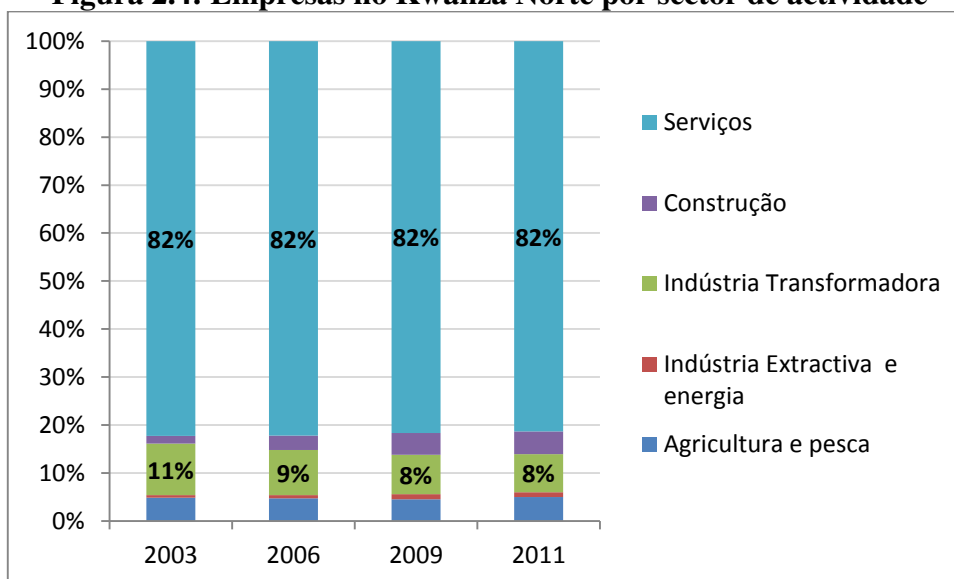
**Figura 2.3: Empresas em actividade no Kwanza Norte**



Fonte: INE

Os dados do GEP para o Kwanza Norte sobre a estrutura sectorial das empresas permitem concluir que o sector dos serviços concentra a grande maioria (82%) das empresas (figura 2.4). A indústria transformadora é o segundo sector de actividade na hierarquia do número de empresas, mas com tendência decrescente, e a construção é o que se tem revelado mais dinâmico.

**Figura 2.4: Empresas no Kwanza Norte por sector de actividade**



Fonte: GEP

### **2.3 Enquadramento Institucional**

O enquadramento institucional consiste em estruturas, políticas, programas do governo com objetivos de apoiar o fomento do empreendedorismo em Angola.

As políticas governamentais visam criar um leque de elementos para apoiar as empresas de forma rápida, tanto na obtenção de licença como na autorização, regular os imposto e o processo burocrático.

A atitude do governo de Angola, diante do empreendedorismo e dos novos negócios desenvolve-se através de programas específicos que desempenham um papel preponderante no fomento das micros, pequenas, médias empresas (MPMEs) do território nacional.

Estudos do GEM-Angola (2010) indicam que as políticas são referentes a impostos e regulamentação, bem como a neutralidade da sua aplicação.

Mendes (2012), argumenta que o principal estímulo que o governo pode dar quanto a criação, crescimento e modernização das MPMEs está relacionado a estabilidade política e económica e as leis que regulam as actividades empresariais incluindo a liberdade do empreendedor.

Segundo o GEM (2010), de uma forma global, as políticas do governo de apoio ao empreendedorismo não são suficientes. Especialistas angolanos criticam a morosidade e burocracia na aquisição das autorizações e licenças por parte das empresas novas e em crescimento, apontando assim como um dos principais factores de obstáculos no fomento da atividade empreendedora no país. O ponto positivo tem a ver com a previsibilidade na aplicação dos impostos a estas empresas.

Para desenvolver as pequenas empresas o governo tem criado determinados programas para o efeito dentre eles destacam-se o “Programa Económico Social”, lançado em 1995, Mendes (2012), e visava apoiar projectos que se traduzem em novos investimentos; aumentar a produção nacional e a substituição das importações; apoiar a criação de novos empregos; promover o lançamento de novas empresas, modernizar e expandir as já existentes; dinamizar de forma equilibrada as regiões e sectores para o desenvolvimento do empreendedorismo.

O PROAPEN (Programa de Apoio ao Pequeno Negócio) também designado por Meu Negócio, Minha Vida, é dirigido a micro empreendedores, procurando promover o desenvolvimento e a consolidação de negócios de pequena dimensão, facilitando assim o acesso ao crédito aos microempresários, em condições ajustadas à dimensão e natureza das iniciativas individuais e também, a capacitação profissional dos gestores de micro, pequenos e médios negócios, o aumento da oferta de bens e serviços e a criação de postos de trabalho.

O Fundo de Garantia de Crédito (FGC), funciona com recursos públicos no sentido de facilitar o acesso ao crédito bancário, tem o papel de assumir o compromisso de pagar a dívida do cliente bancário caso entre em situação de incumprimento, ou seja, caso não consiga pagar o crédito. O programa é vantajoso porque facilita o acesso ao no acesso ao crédito devido ao menor risco incorrido pelos bancos e redução da necessidade de apresentar outro tipo de garantias reais ou pessoais.

O fundo de garantia de crédito cobre apenas 70 por cento do valor do empréstimo. Os restantes 30 por cento são cobertos pelo cliente sob a forma de garantias pessoais ou consignação de receitas. Pelo benefício da garantia, a empresa ou beneficiário paga uma comissão de dois por cento ao ano sobre a dívida garantida.

O Programa Angola Investe tem como objetivo apoiar o investimento em sectores de atividade produtiva em Angola, priorizando os sectores da Agricultura, Pecuária e Pescas Materiais de Construção Serviços de apoio ao Sector Produtivo Indústrias Transformadoras, Energia e Minas. As despesas são direccionadas para o Investimentos em Imobilizado Corpóreo (edifícios e equipamentos) Fundo de Maneio (adequado ao investimento), com taxas de juros calculadas em função da avaliação do Banco, mas no máximo 5%.

Relativamente as Instituições destinadas a apoiar a atividade empreendedora no sentido de garantir a estabilidade dos negócios dos empreendedores, importa aferir as seguintes:

- Instituto Nacional de Apoio a Micro, Pequenas e Médias Empresas (INAPEM), O Instituto nacional de apoio a pequenas e médias empresas (INAPEM), foi criado em 1992, inicialmente em Luanda e agora tem representações em todo país. O INAPEM tem a função de certificar ou cadastrar as Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs), administra também formação, consultadoria e

educação ao empreendedorismo. Sobre esta Instituição abordaremos com mais detalhes no próximo item, visto que, coordena a atividade das MPMEs em Angola.

- Instituto Nacional de Formação Profissional (INEFOP), É uma instituição que visa apoiar a modernização do tecido económico, por via da formação profissional, adaptando as suas estruturas à concorrência global. Cria mecanismos que visem reconhecer e valorizar os esforços das empresas e trabalhadores, no aumento das respetivas competências individuais e coletivas, com vista a aumentar a capacidade competitiva e melhorar as condições para a progressão profissional e realização pessoal dos trabalhadores e implementou em todo o país, o Programa de Empreendedorismo na Comunidade, MAPTESS (2012).
- Centro Local de Empreendedorismo e Serviço de Emprego (CLESE), uma estrutura destinada a formação de empreendedores e está localizada em todas as capitais de províncias, no Kwanza Norte começou em janeiro de 2014, prestando os seguintes serviços.
- O Balcão Único do Empreendedor (BUE) foi criado pelo executivo angolano, através de um diploma legal com vista a tornar célere, a prossecução dos objetivos do governo. BUE é um serviço público de carácter interorgânico, com finalidade de desburocratizar e dinamizar o processo de regulamentação, constituição e licenciamento das Micro e Pequenas empresas concentrando-os num único local todos esses serviços. O BUE vai facilitar o registo da atividade comercial exercida que anteriormente era informal. A principal característica da nova Instituição é a concentração de diferentes instituições, como os serviços de Justiça, Direcção Nacional do Imposto, do Comércio, Instituto de Estatística, Serviços de Veterinária, administração municipal, Instituto de Segurança Social, bancos e INAPEM.

•

### **2.3.1 O INAPEM**

O Instituto nacional de apoio a pequenas e médias empresas (INAPEM), foi criado em 1992, inicialmente em Luanda e agora tem representações em todo país.

O INAPEM tem a função de certificar ou cadastrar as Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME), administra também formação, consultadoria e educação ao

empreendedorismo. A formação consiste em administração de cursos de curta duração bem como a criação de uma incubadora de empresas – estrutura especializada para empreendedores que serve para abrigar, educar, auxiliar na criação e fortalecimento dessas empresas. A incubação está particularmente configurada para estimular, agilizar e favorecer a transferência de resultados de pesquisa (I&D), para atividades produtivas. Ou ainda servirão, para evitar a mortalidade precoce das MPME. Porque nota-se um elevado número de empresas criadas que em pouco tempo deixavam de existir. Não havia um programa de incentivo para poderem prosseguir ou apostar em formação. A nova perspectiva do INAPEM consagra-se num programa de formação e consultoria das MPME Maria Chitas (2012)<sup>1</sup>

Actualmente, o indicador formação ao empreendedorismo não é só responsabilidade do INAPEM visto que, foi enquadrado em todas as grelhas curriculares do ensino secundário do país e alguns cursos do ensino superior. Existem outros centros como o CLESE Cento Local de Empreendedorismo e Serviço de Emprego, instituído pelo MAPESS com objetivo de formar empreendedores MAPESS (2013).

Nos últimos 2 anos recorreram ao apoio do INAPEM cerca de 8509 empresas em Angola, no Kwanza Norte foram 119, entre micro, pequena e média empresa.

Relativamente aos benefícios, o instituto facilita o desenvolvimento das MPME, com os serviços de formação e consultoria, bem como, com a certificação das empresas possibilita o acesso a financiamento bancário com bonificação e garantia do Estado redução da taxa de imposto industrial e isenção do imposto de consumo e de selo. Mas o grande benefício é a criação de novos postos de trabalho, com a criação de novas empresas. Outro benefício diz respeito à organização das empresas, que tem grande influência nas receitas tributárias, na melhoria da balança de pagamentos e na diversificação da economia. O aumento da produção nacional possibilita, assim, uma melhor distribuição da riqueza.

As MPMEs beneficiarão ainda de uma redução das taxas de Imposto Industrial pelo seguinte período de tempo:

---

<sup>1</sup> Maria Ruth António Chita (2012) Administradora do INAPEM em entrevista à Revista África to day, no dia 28 de Agosto.

- 5 anos para as constituídas na Zona A (Província de Lunada, os municípios de sede de Benguela, Cabinda, Huíla e o município do Lobito na província de Benguela);
- 3 anos para as constituídas na Zona B (restantes municípios das províncias de Benguela, Cabinda, Huíla, do Bengo, Kwanza Norte, Kwanza sul, Malanje, Namibe e Uíge);
- 2 anos para as constituídas nas zonas C (Províncias do Bié, Cunene, Huambo, Kuando-Kubango, Lunda Norte, Lunda Sul, Moxico e Zaire)

As MPME também beneficiarão, sem limite temporal, de isenção de Imposto de Selo e da obrigação de pagamento dos emolumentos e encargos legais relativos ao aumento de capital social.

Todos os anos cabimentar-se-á, uma verba estatal para a concessão de subsídios a entidades destinadas à formação profissional de proprietários e trabalhadores de MPMEs e será desenvolvido, pelo ministério da economia, um programa de formação e certificação profissional INAPEM (2012)

No entanto, qualquer empresa com facturação anual inferior a 10 milhões de dólares e/ou menos 200 trabalhadores pode obter certificação no INAPEM. Há muitos benefícios, entre eles o apoio ao crédito bonificado com garantias do Estado e fiscais INAPEM (2012).

Relativamente ao apoio financeiro, de acordo com o relatório da GEM (2008), esta condição estrutural refere-se ao acesso as fontes de financiamento, bolsas e subsídios, qualidade de apoio financeiro, financiamento de capital próprio, fundos de amortização de dívida bem como o conhecimento do empreendedorismo para as novas empresas e ou em crescimento.

Saraiva (2011) enumera as principais fontes de financiamentos de apoio aos empreendedores que são: O financiamento bancário; capital de risco; *business angels* e a *family friends and fools* (FFF). O tipo de financiamento que mais predomina em Angola é o bancário os outros são praticamente inexistentes.

O INAPEM, não financia diretamente, uma vez que quem financia são os bancos comerciais com maior realce o Banco de Poupança e Crédito (BPC) e o Banco de Comércio e Indústria (BCI), no âmbito do programa Angola Investe, mas apoia para que este processo seja célere Maria Chitas (2012).

Segundo uma fonte do programa BUE (2012), salienta que um dos principais objectivos deste balcão é, impulsionador e fortalecer os micros, pequenos e médios empreendedores, dando-lhes garantia de continuidade e fortalecimento financeiro através da concessão de microcrédito.

Estudos do GEM (2010) argumentam que, *“o pilar da sofisticação do mercado financeiro, verifica que Angola ocupa a 134º lugar em termos de sofisticação do mercado financeiro sendo o último entre os parceiros da GEM 2010. Esta avaliação negativa do mercado financeiro angolano prende-se, essencialmente, com a escassez dos financiamentos disponíveis no mercado de capitais local, o custo dos serviços financeiro, as restrições aos fluxos de capital e a regulação no comércio de títulos”*.

Assim, prevê-se inúmeras dificuldades ao acesso ao crédito para os empreendedores e não só os próprios bancos tem dificultado ou vetado o crédito em função da má estruturação dos planos de negócios demonstrando pouca ou inviabilidade, que os empreendedores apresentam então, o INAPEM da consultoria nesses aspectos.

Relativamente ao enquadramento jurídico, permite a classificação das empresas de acordo o estatuto social e a propriedade do capital, elas podem ser empresas públicas; anónimas; em nome individual; sociedade por quotas e cooperativas, Carvalho (2011).

Segundo Carvalho (2011), afirma que a lei nº 30/11 de 13 de setembro, denominada (LMPME) e que entrou em vigor no dia 02 de janeiro de 2012, clarifica as estruturas de cada tipo de empresa.

Quanto a forma jurídica das empresas elas classificam-se:

- Micro empresas as entidades com um máximo de 10 trabalhadores e/ ou uma facturação bruta anual não superior a USD 250 mil;
- Pequenas empresas as entidades que empreguem entre 10 e 100 trabalhadores e/ou com facturação anual entre USD 250 mil e USD 3 milhões;
- Médias empresas as entidades que empreguem entre 100 e 200 trabalhadores e/ou com facturação anual entre USD 3 milhões e USD.

A LMPME surge para fomentar empresariado privado nacional, mas também para outros fins, como a promoção do emprego, estabelecendo as bases da política angolana de apoio às micro, pequenas e médias empresas, incluindo a desburocratização de procedimentos e a preferência na contratação pública. O referido diploma estabelece os critérios identificativos das MPME: o número de trabalhadores efectivos e o volume de facturação bruta anual.

### **2.3.2 Procedimento para a criação de uma empresa em Angola**

A criação de empresas em Angola é regulado por lei, no âmbito da legislação das sociedades comerciais contida. O Decreto Lei nº1/04, de 3 de fevereiro, engloba aspectos como: a forma jurídica em que as sociedades podem estar estruturadas; elaboração e alteração dos pactos sociais; aumento ou diminuição do capital social e processos de falência, direitos e deveres dos sócios, de acordo com a forma jurídica da empresa; capitais sociais mínimos para cada forma de empresa; fusões e cisões MAPTESS (2012).

Este processo tem sido muito burocrático e moroso em função da tramitação que se deve cumprir, fruto disto, na expectativa de melhorar estes serviços o governo, sentiu a necessidade de criar um órgão para tornar célere este processo.

Então, em 2003 é criado o Guiché Único de Empresa (GUE) pelo Decreto executivo nº48/03, de 8 de Julho e em 2008 é criada a incubadora de empresas (IEMP), pelo Decreto executivo nº 216/08 de 1 de Outubro, MAPESS (2012). Estes órgãos trabalham no sentido de apoiar a criação e desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas nos mais variados domínios de actuação, contribuindo deste modo para o aumento de postos de trabalho bem como acompanhar o empreendedor desde a criação até o pleno funcionamento da empresa.

Quanto os encargos para criação de uma empresa, também estão legislado por lei no Diário da República, decreto nº 50/03, de 9 de setembro “tabela de emolumentos do registo comercial,” rondam em 300 USD mais os emolumentos adicionais do GUE, para criação da empresa e 100usd, para alteração do pacto social e extinção de empresas, de acordo com o disposto no Índice do Decreto conjunto nº125/03 de 26 de Dezembro.

No entanto, a criação ou legalização de uma empresa em todo território nacional sem isenção de qualquer província, obedecem 12 passos burocráticos a saber:

1º Contactar a Administração do Bairro e solicitar a declaração para a constituição de empresa. Os requisitos são: atestado de residência, uma cópia do BI e uma taxa de 13 USD. O prazo de emissão é de 8 dias.

2º Denominação Social da Empresa: no Ficheiro Central de Denominações.

Requisitos: preencher formulário e apresentar cópia do BI;

Taxa: 218 USD; Prazo de emissão: no mesmo dia.

3º Emissão do Cartão de Contribuinte: na Repartição de Bairro Fiscal.

Requisitos: Declaração para constituição de empresa e cópia do BI;

Taxa: não tem custos; Prazo de entrega: imediato.

4º Pagamento de Imposto para início de atividade: na Repartição de Bairro Fiscal.

Requisitos: cópia do número de contribuinte e preenchimento do Documento de Arrecadação de Receitas. A taxa: varia consoante o sector de atividade e a localização da empresa. O prazo é imediato.

5º Registo da Atividade Comercial: na Conservatória do Registo Comercial.

Requisitos: cópia do BI, do número de contribuinte, da declaração para constituição de empresa e da liquidação de imposto, sendo necessário também fazer o requerimento;

Taxa: 105 USD pela Certidão de Registo Provisório, que é válida por um ano;

Prazo de emissão: 30 dias (8 dias e 48 horas para urgências).

6º Registo Estatístico da Empresa: no Instituto Nacional de Estatística.

Requisitos: cópia do BI, do número de contribuinte, da declaração para constituição de empresa, da liquidação de imposto e da declaração, sendo preciso preencher o modelo de requerimento. Taxa: 58 USD, num prazo de entrega de 8 dias.

7º Publicação da Empresa no Diário da República

Imprensa Nacional de Angola; Requisitos: cópia da Certidão de Registo Comercial;

Taxa: 59 USD; Prazo de entrega: 3 meses.

8º Parecer de Enquadramento Urbanístico e Interesse: na Administração Municipal de Bairro. Requisitos: cópia do BI e da liquidação de imposto, sendo necessário fazer o requerimento, apresentar o contrato de arrendamento ou título de propriedade/croqui de localização e declaração de renúncia;

Taxa: 33 USD + 72 USD para a vistoria do local; Prazo de entrega: 10 dias.

9º Licenciamento para exercício de actividade: no Ministério do Comércio.

Requisitos: preencher quatro formulários, apresentar cópia do cartão de contribuinte, o parecer do enquadramento urbanístico, cópia da certidão comercial, registo comercial e registo criminal. Taxa: 20 USD + 67 USD para a vistoria ao local; Prazo de entrega: 5 dias.

10º Inscrição dos trabalhadores no INSS (Instituto Nacional de Segurança Social)

Requisitos: preencher o formulário e entregar cópia do cartão de contribuinte;

Taxa: 20 USD; Prazo de entrega: imediato.

11º Proposta de Investimento nacional: na Agência Nacional de Investimento Privado.

Requisitos: certidão de denominação social, cópia do registo comercial autenticada ou

cópia do BI (em caso de pessoa singular), certidão do Bairro Fiscal e certidão da Segurança Social.

12º Registo comercial definitivo da empresa: na Conservatória do Registo Comercial.

Requisitos: publicação da abertura da empresa na 3.ª Série do Diário da República, sendo necessário fazer o requerimento.

Taxa: 213 USD para certificado de registo definitivo; Prazo de entrega: 30 dias.

Os aspectos ora referidos, limitam se somente para empresas nacionais ou angolana, neste caso, cumprindo com todos esses requisitos teremos a nossa empresa constituída.

## **Capítulo III – Metodologia e análise dos resultados**

[Neste capítulo começar-se-á por fazer a apresentação da metodologia usada, explicitando a natureza e tipo de pesquisa, população e amostra, variáveis de estudo, tipos e fontes de informação, métodos instrumentais e técnicas de colecta de dados e sistemas utilizados que guiaram este trabalho. Prosseguir-se-á com a análise e discussão dos resultados da realização de uma entrevista a um dirigente do INAPEM e da administração de um questionário a empreendedores da província do Kwanza Norte. Finalizar-se-á com a apresentação de uma sùmula dos resultados obtidos.

### **3.1. METODOLOGIA**

Sendo o objectivo principal da presente dissertação averiguar o impacto sobre o empreendedorismo do Kwanza Norte, uma das províncias mais pobres de Angola, dos programas de apoio ao empreendedorismo patrocinados pelo Instituto Nacional de Apoio a Pequenas e Médias Empresas (INAPEM), optou-se pelo uso combinado de uma abordagem qualitativa com uma quantitativa. É administrada uma entrevista não estruturada face a face com perguntas abertas a uma dirigente do INAPEM do Kwanza Norte, no sentido de averiguar quais os programas que este organismo disponibiliza para incentivar o empreendedorismo na região e que percepção tinha da sua aplicação.

O estudo tem também uma componente empírica baseada numa abordagem quantitativa descritiva, desenhada num estudo exploratório. Esta componente resulta da elaboração de um questionário, com perguntas fechadas e utilizando escalas nominais numas e de Likert noutras, administrado pessoalmente a proprietários de micro, pequenas e médias empresas sediadas em Ndalatando e Dondo, duas das principais cidades da província do Kwanza Norte. Este questionário foi elaborado tendo em conta os objectivos da investigação e o suporte de questionários realizados e validados por outros estudos sobre o empreendedorismo em Angola (Zinga, 2007 e GEM, 2010). A amostra a que foi aplicada este questionário foi obtida por conveniência e não aleatoriamente de entre a população de 230 empresas registadas no INAPEM do Kwanza Norte. Para a selecção da amostra usou-se como critério a proximidade geográfica da residência do autor da dissertação das duas mais importantes cidades da província: as cidades de Ndalatando (capital) e Dondo. Adicionalmente, sendo objectivo do estudo aferir se os programas patrocinados pelo INAPEM tiveram ou não algum efeito diferenciador no empreendedorismo do Kwanza Norte, optou-se por seleccionar para a amostra um grupo de empresas cujos donos tiveram

formação coordenada directamente pelo INAPEM e outro grupo de empresas que não tiveram essa formação.<sup>2</sup> Das 230 empresas registadas no INAPEM do Kwanza Norte, foram então inquiridas e responderam 48 empresas, 28 das quais receberam formação complementar sob coordenação do INAPEM. No âmbito deste questionário existem as questões que permitem caracterizar o empreendedor (características demográficas, qualificações, situação profissional anterior, motivações) e outras mais direccionadas para a caracterização da empresa (idade, forma jurídica, investimento e financiamento, dimensão, internacionalização, inovação). Existem também questões direccionadas para a intervenção do INAPEM no fomento do empreendedorismo. Esta intervenção é feita no domínio da formação e no âmbito da facilitação do acesso ao financiamento com juros bonificados.

Neste trabalho foram utilizadas fontes de informação primárias e secundárias. As primárias foram as que resultaram da entrevista à dirigente do INAPEM e da administração dos questionários a empreendedores do Kwanza Norte. As secundárias foram obtidas da extracção de dados de livros, artigos, periódicos, dados de instituições públicas como o INE, MAPTESS e Governo provincial do Kwanza Norte. O tratamento dos dados do questionário foi feito recorrendo ao programa SPSS.

---

<sup>2</sup> De entre as instituições que fornecem formação coordenada pelo INAPEM contam-se o próprio INAPEM, o BUE e o CLESE.

## **3.2. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Com a entrevista à dirigente do INAPEM pretende-se averiguar quais os programas que este organismo tem para incentivar o empreendedorismo na região e que percepção existe da sua aplicação. Com os questionários aos empreendedores – entendidos como os donos, promotores ou fundadores de empresas – pretende-se aferir se os programas patrocinados pelo INAPEM tiveram ou não algum efeito diferenciador no empreendedorismo do Kwanza Norte. Nomeadamente, se as empresas que deles beneficiaram obtiveram maiores volumes de negócios ou geraram mais emprego ou ainda foram mais inovadoras.

### **3.2.1. ANÁLISE DA ENTREVISTA A DIRIGENTE DO INAPEM**

A realização da entrevista permitiu concluir que a certificação das empresas é uma condição necessária para beneficiar do apoio do INAPEM no acesso ao financiamento e na obtenção de condições mais favoráveis. Essas condições consistem na obtenção de crédito bonificado com garantia do Estado, na redução da taxa de imposto municipal e na isenção dos impostos sobre o consumo e de selo.

De acordo com a entrevistada, o INAPEM certificou no conjunto do território angolano 8239 empresas, das quais 5877 micro, 1258 pequenas e 1104 médias. No Kwanza Norte foram cadastradas 230 e certificadas 119 empresas. Destas últimas, 80 eram microempresas, 36 pequenas empresas e apenas 3 eram médias empresas e todas elas recorreram a apoios do INAPEM.

A classificação das PME's é feita de acordo com a Lei das PME's denominada LMPME's, considerando o número de trabalhadores e a facturação bruta anual.

A entrevista realizada permitiu também constatar que o INAPEM diligencia programas de formação e consultoria, não financia directamente as empresas nem tem programas específicos que fomentem a inovação ou a internacionalização das empresas.

Os sectores de actividade que acabam por beneficiar mais do apoio do INAPEM porque mais financiados no âmbito do programa “Angola Investe” são a agricultura, pecuária e pesca, a construção civil e o sector mercantil.

Não foram fornecidas respostas às questões sobre as despesas do INAPEM com os programas de apoio ao empreendedorismo nem com o valor médio dos apoios ou do valor médio por projecto.

### 3.2.2. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS ÀS EMPRESAS

A amostra é constituída por 48 empreendedores distribuídos por alguns bairros da cidade de Ndalatando, sede da província do Kwanza Norte, e da cidade do Dondo, de acordo com a tabela 3.1.

**Tabela 3.1: Repartição dos inquiridos por bairro**

	Nº	%
Centro de Ndalatando	22	47.9
Cidade do Dondo	20	39.5
Bairro Popular	1	2.1
Kipata	1	2.1
Sambizanga	1	2.1
Tala-hady	1	2.1
Valódia	2	4.2
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

Nesta secção proceder-se-á a análise dos dados sobre o empreendedor e posteriormente prosseguir-se-á com a análise das características da empresa propriamente dita.

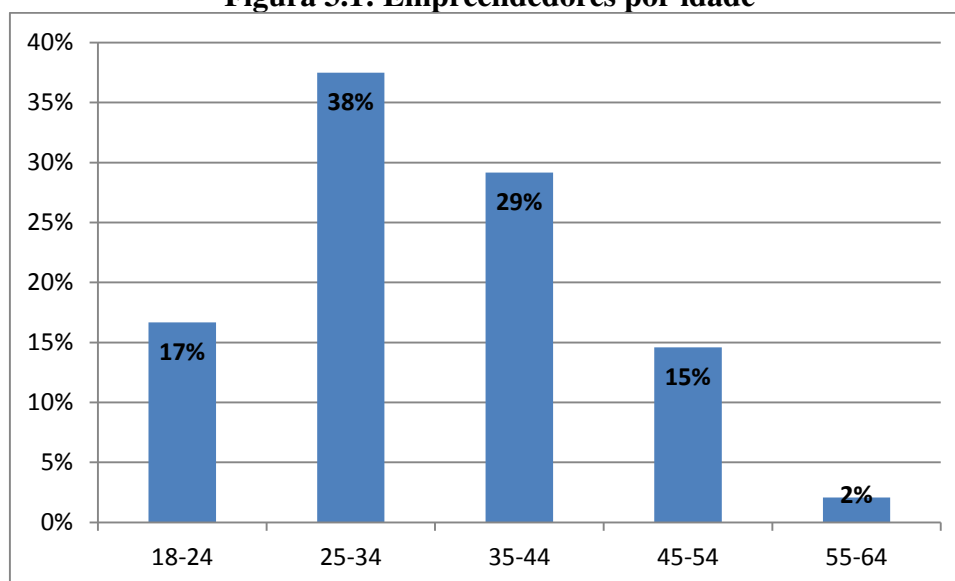
#### 3.2.2.1. O perfil do empreendedor

O perfil dos empreendedores inquiridos tem em consideração as suas características demográficas, qualificações, situação profissional anterior e motivações.

##### 3.2.2.1.1. Características demográficas

Como seria de esperar, dada a juventude da população do Kwanza Norte, os empreendedores com idade superior a 54 anos apenas representam 17% do total da amostra (figura 3.1). A faixa etária com maior representatividade na amostra é a que compreende as idades entre os 25 e os 34 anos (38%), logo seguida da que abrange os empreendedores com idades superiores a 34 anos mas inferiores a 45 anos (29%). Este resultado está em conformidade com os resultados obtidos da sondagem à população adulta angolana realizada em 2008 (GEM Angola 2010, p. 23) e por Zinga (2007, p. 149) no seu estudo sobre os determinantes do empreendedorismo em cinco províncias de Angola (Luanda, Benguela, Huíla, Cabinda e Huambo), onde a maior proporção de empreendedores se encontra na faixa etária entre os 25 e os 34 anos de idade.

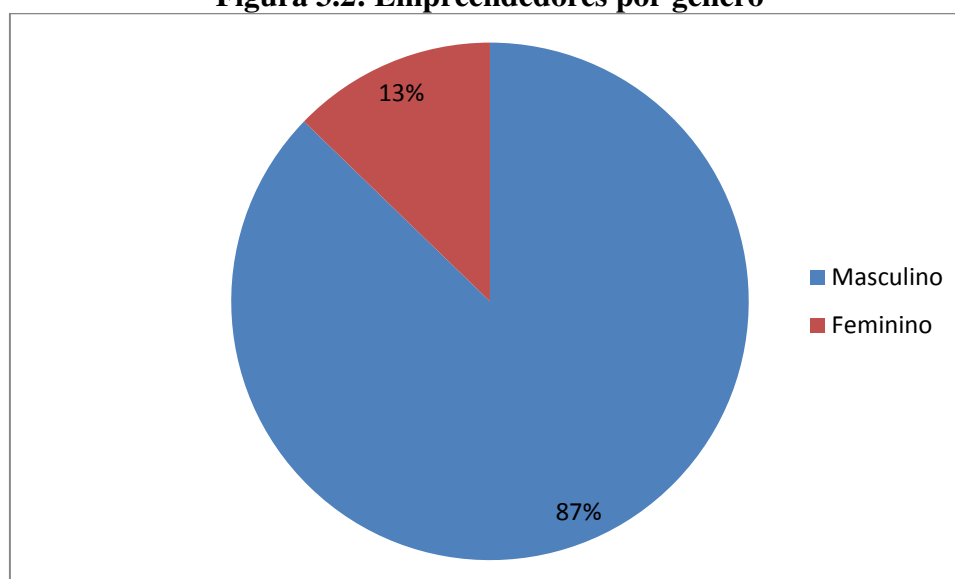
**Figura 3.1: Empreendedores por idade**



Fonte: Elaboração pessoal

Apesar de existir uma ligeira superioridade da população feminina na população do Kwanza Norte (52% mulheres contra 48% de homens, segundo INE 2011), os empreendedores do sexo masculino são predominantes na amostra recolhida, representando 85% do total dos inquiridos (figura 3.2). A distorção de género do empreendedorismo africano a favor do empreendedorismo masculino é assinalada, por exemplo, por Kiggundu (2001) e por McDadde e Spring (2005) que constataam a menor participação e menor taxa de sucesso do empreendedorismo feminino.

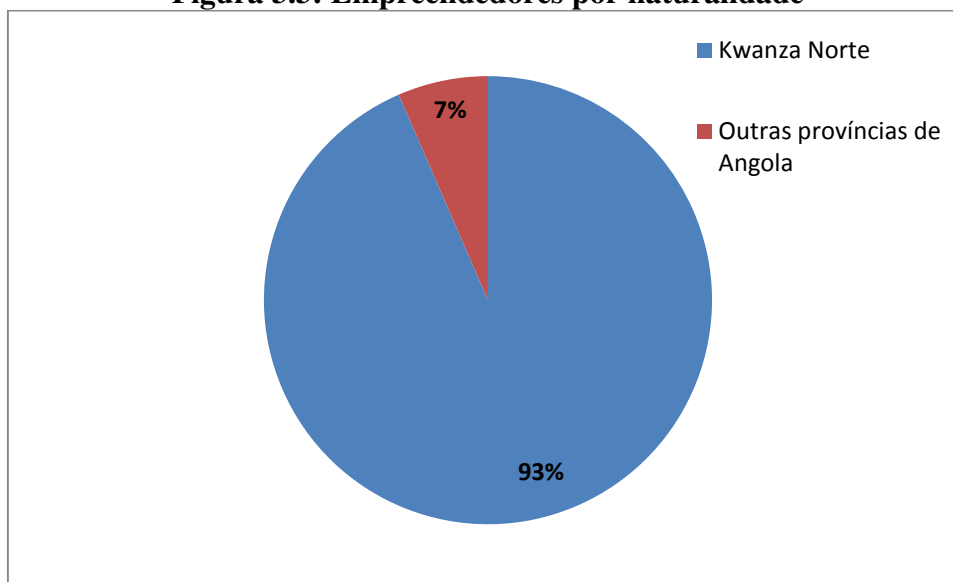
**Figura 3.2: Empreendedores por género**



Fonte: Elaboração pessoal

Quanto a naturalidade, é de referir que a grande maioria dos empreendedores inquiridos é natural do Kwanza Norte (93%) e apenas 7% são de outras províncias de Angola (figura 3.3).<sup>3</sup>

**Figura 3.3: Empreendedores por naturalidade**



Fonte: Elaboração pessoal

#### **3.2.2.1.2. Qualificações**

Os empreendedores inquiridos apresentam um nível médio de qualificação académica muito superior ao registado no território nacional e na província do Kwanza Norte. Como se pode observar na tabela 3.2, 42% dos inquiridos frequentou o ensino secundário e 52% o ensino superior quando, de acordo com os dados do INE (2011) referidos no capítulo anterior, apenas 75% da população do Kwanza Norte frequentou alguma vez a escola e desta apenas 9% atingiu um nível de escolaridade superior ao básico. A tendência para os empreendedores serem mais qualificados academicamente que a população de origem também ocorre, ainda que menos acentuada, nas amostras recolhidas por outros estudos sobre o empreendedorismo em Angola. Dos 144 empreendedores das províncias de Luanda, Benguela, Huíla, Cabinda e Huambo inquiridos por Zinga (2007), 70% frequentou mais do que o ensino básico enquanto, dos 76 empreendedores de Malanje inquiridos por Baby (2014), apenas 49% frequentaram mais do que esse nível de ensino.

<sup>3</sup> Estas percentagens foram calculadas com base no número de respostas válidas (46 em 48, neste caso).

**Tabela 3.2: Empreendedores por qualificações**

		Nº	% Total	% Válida
Nível de Escolaridade	Básico	2	4.2%	4.3%
	Secundário	20	41.7%	42.6%
	Licenciatura	25	52.1%	53.2%
	Mestrado	0	0.0%	0.0%
	Não respondeu	1	2.1%	
	Total	48	100%	100%
Formação complementar	Sim	39	81.3%	83.0%
	Não	8	16.7%	17.0%
	Não respondeu	1	2%	
	Total	48	100%	
Experiência familiar	Sim	41	85.4%	85.4%
	Não	7	14.6%	14.6%
	Total	48	100%	
Experiência como gestor	Sim	34	70.8%	70.8%
	Não	14	29.2%	29.2%
	Total	48	100%	
Experiência como empreendedor	Sim	33	68.8%	70.2%
	Não	14	29.2%	29.8%
	Não respondeu	1	2%	
	Total	48	100%	
Experiência no negócio	Sim	40	83.3%	87.0%
	Não	6	12.5%	13.0%
	Não respondeu	2	4.2%	
	Total	48	100%	

Fonte: Elaboração pessoal

Na tabela 3.2, verifica-se também que 81% dos empreendedores frequentou formação complementar visando, a obtenção de conhecimentos sobre criação ou gestão de uma empresa. Esta formação é oferecida directamente pelo INAPEM ou por instituições sob a sua orientação, como o BUE ou o CLESE, mas também por algumas escolas e centros de formação como é o caso da Escola de Formação de Professores onde foi incluída, em toda sua grelha curricular, a disciplina de empreendedorismo. Como se pode observar na tabela 3.3, dos empreendedores respondentes, 62.2% receberam formação complementar, directa (35.6%) ou indirectamente (26.6%), através do INAPEM.<sup>4</sup> A avaliação da formação complementar obtida foi muito positiva já que cerca 70% dos que a obtiveram a consideraram boa ou muito boa (tabela 3.4).

<sup>4</sup> Existe alguma inconsistência nas respostas às questões 5 e 6 do questionário pois apenas 39 dos inquiridos afirmou ter frequentado formação complementar mas 43 discriminaram as várias instituições em que a receberam.

**Tabela 3.3: Instituição formadora**

		Nº	% Total	% Válida	% Acumulada
Válida	INAPEM	16	33,3	35,6	35,6
	BUE	10	20,8	22,2	57,8
	CLESE	2	4,2	4,4	62,2
	Outra	15	31,3	33,3	95,6
	Não se aplica	2	4,2	4,4	100,0
	Total	45	93,8	100,0	
Não respondeu		3	6,3		
Total		48	100,0		

Fonte: Elaboração pessoal

**Tabela 3.4: Avaliação da formação**

		Nº	% Total	% Válida	% Acumulada
Válida	Muito boa	16	33,3	34,8	34,8
	Boa	16	33,3	34,8	69,6
	Suficiente	7	14,6	15,2	84,8
	Medíocre	1	2,1	2,2	87,0
	Má	2	4,2	4,3	91,3
	Não se aplica	4	8,3	8,7	100,0
	Total	46	95,8	100,0	
Não respondeu		2	4,2		
Total		48	100,0		

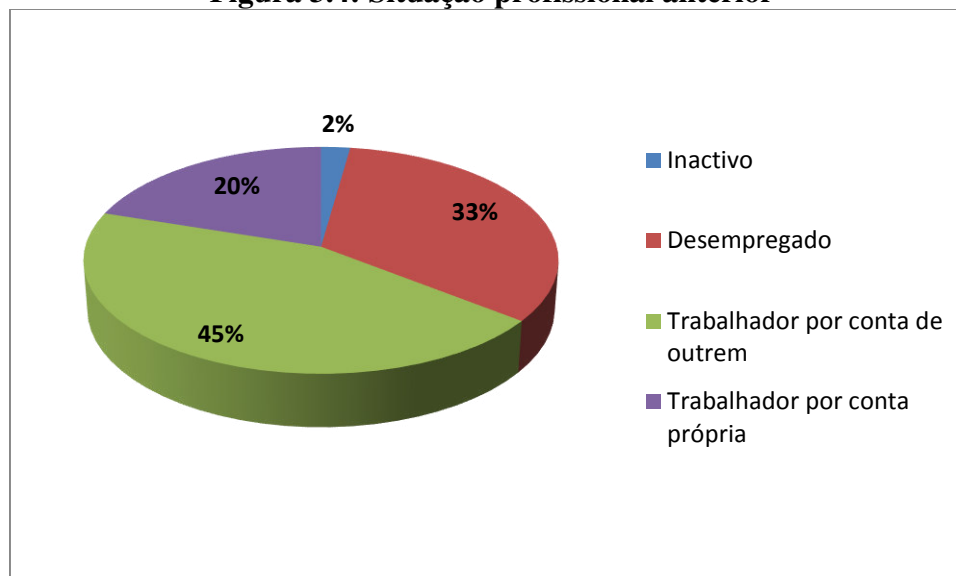
Fonte: Elaboração pessoal

A experiência empresarial anterior do empreendedor ou da sua família pode ser um factor importante na capacitação da criação de um negócio. Na amostra recolhida, a maioria dos empreendedores tinha experiência empresarial anterior. Como se observar na tabela 3.2, 85% dos empreendedores respondentes teve uma experiência empresarial na família, 71% trabalhou como gestor, 70% esteve envolvido na criação de outra empresa e 87% tinha experiência anterior no negócio que desenvolveu.

### 3.2.2.1.3. Situação profissional anterior e motivações

É de esperar que, o elevado desemprego vivenciado na província de Kwanza Norte, seja um factor potenciador do empreendedorismo nesta província. Efectivamente, 33% dos empreendedores respondentes (45 em 48) encontrava-se desempregado, quando iniciou o seu negócio. Ainda assim, a maioria trabalhava: 45% por conta de outrem e 20% por conta própria (figura 3.4).

**Figura 3.4: Situação profissional anterior**



Fonte: Elaboração pessoal

A questão sobre qual a motivação principal para a criação de negócios foi a que teve menor adesão dos inquiridos deste estudo, registando a menor taxa de respostas válidas.

A análise da tabela 3.5, permite-nos concluir que os inquiridos criaram o seu negócio motivados fundamentalmente pelas oportunidades de aumentar o seu rendimento (93% das respostas concorda ou concorda em absoluto), de concretizar a sua ideia de negócio (85%) e de melhorar a sua posição social (84%). Ainda que com menos expressão, trabalhar por conta própria e a criação de emprego para familiares são também motivações que colhem a concordância da maioria dos respondentes. Em contrapartida, e apesar de 33% dos inquiridos estar desempregado quando partiu para a criação do seu negócio, a grande maioria (98%) considerou não ter sido motivado pela necessidade de encontrar emprego.

**Tabela 3.5: Motivação para o empreendedorismo**

		Nº	% Válida
Não encontrava emprego	Discordo em absoluto	38	92.7%
	Discordo	2	4.9%
	Não discordo nem concordo	0	0.0%
	Concordo	1	2.4%
	Concordo em absoluto	0	0.0%
	Não respondeu	7	
Salário não permitia sobreviver	Discordo em absoluto	5	12.8%
	Discordo	4	10.3%
	Não discordo nem concordo	14	35.9%
	Concordo	13	33.3%
	Concordo em absoluto	3	7.7%
	Não respondeu	9	
Criação de emprego para familiares	Discordo em absoluto	4	11.1%
	Discordo	3	8.3%
	Não discordo nem concordo	10	27.8%
	Concordo	12	33.3%
	Concordo em absoluto	7	19.4%
	Não respondeu	12	
Aumentar rendimento	Discordo em absoluto	2	4.9%
	Discordo	0	0.0%
	Não discordo nem concordo	1	2.4%
	Concordo	16	39.0%
	Concordo em absoluto	22	53.7%
	Não respondeu	7	
Melhorar posição na sociedade	Discordo em absoluto	1	2.7%
	Discordo	0	0.0%
	Não discordo nem concordo	5	13.5%
	Concordo	16	43.2%
	Concordo em absoluto	15	40.5%
	Não respondeu	11	
Trabalhar por conta própria	Discordo em absoluto	2	5.1%
	Discordo	0	0.0%
	Não discordo nem concordo	10	25.6%
	Concordo	15	38.5%
	Concordo em absoluto	12	30.8%
	Não respondeu	9	
Concretização de ideia de negócio	Discordo em absoluto	0	0.0%
	Discordo	1	2.5%
	Não discordo nem concordo	5	12.5%
	Concordo	14	35.0%
	Concordo em absoluto	20	50.0%
	Não respondeu	8	

Fonte: Elaboração pessoal

### 3.2.2.2. CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

#### 3.2.2.2.1. Início de actividade, registo, forma jurídica e sector de actividade

A maioria das empresas inquiridas (57%) iniciou a sua actividade no período 2006-2010 – período que abrange os anos de crise internacional e abrandamento de crescimento nacional – e tem em média seis anos de actividade (tabela 3.6).

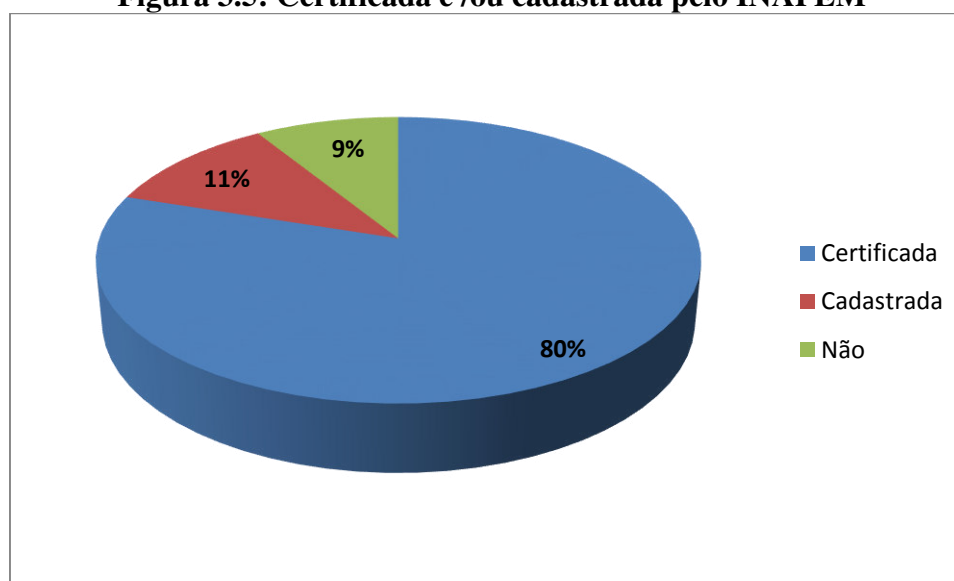
**Tabela 3.6: Início da actividade da empresa**

	Nº	%	% Válida	%Acumulada
Válida	1996-2000	3	6,3	6,5
	2001-2005	4	8,3	15,2
	2006-2010	26	54,2	71,7
	2011-2013	13	27,1	100,0
	Total	46	95,8	100,0
Não respondeu	2	4,2		
Total	48	100,0		

Fonte: Elaboração pessoal

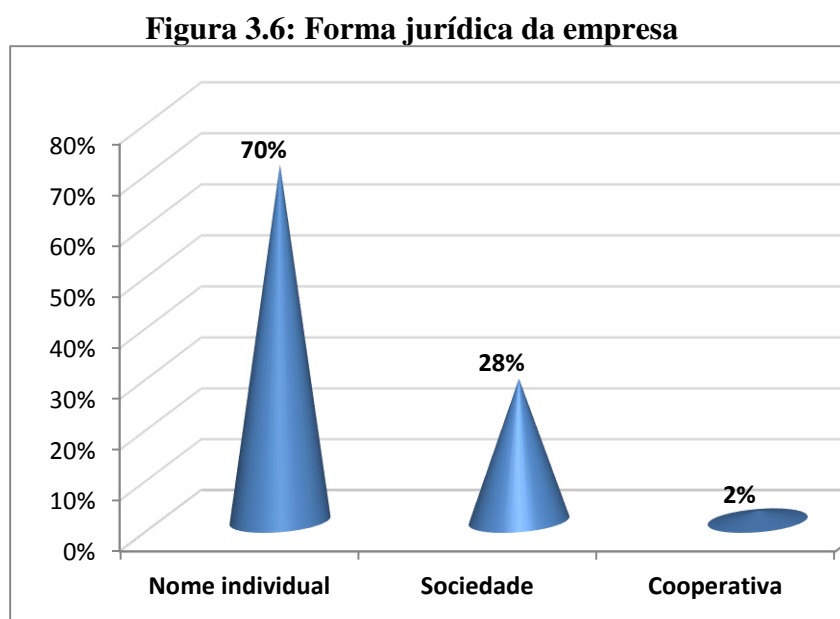
A grande maioria (80%) foi certificada pelo INAPEM tendo, por isso, a possibilidade de aceder a crédito bancário bonificado com responsabilidade do Estado e obter outros benefícios fiscais. Na amostra recolhida, somente 9% das empresas nem sequer se encontra cadastrada pelo INAPEM (figura 3.5).

**Figura 3.5: Certificada e /ou cadastrada pelo INAPEM**



Fonte: Elaboração pessoal

As empresas em nome individual são largamente dominantes na amostra, representando 70% do total das respostas (figura 3.6). No todo provincial esta forma jurídica tem ainda maior expressão, dado que, segundo dados do INE, as empresas em nome individual na província do Kwanza Norte, no período 2008-2011, representavam em média 89% do total das empresas residentes. As sociedades têm alguma expressividade na amostra (27%), ultrapassando o peso que esta forma jurídica tem no conjunto das empresas da província (Cf. Capítulo II)



Fonte: Elaboração pessoal

A análise da tabela 3.7 permite concluir que cerca de 54% das empresas se dedica a serviços mercantis e destas, metade, à actividade de comércio e reparação de veículos (27% do total).<sup>5</sup> A indústria transformadora é o segundo sector mais importante de actividade na amostra recolhida (25% das empresas operam neste sector) seguindo-se a construção, com apenas 6% das empresas.

Esta amostra replica o ranking da estrutura sectorial das empresas no Kwanza Norte mas com algumas diferenças quantitativas. Como se pôde verificar no capítulo anterior, segundo os dados do GEP, o sector dos serviços concentrava ainda uma percentagem maior de empresas no conjunto das empresas do Kwanza Norte (média de 82%, no período 2003-2011) destacando-se de seguida a indústria transformadora, mas com menor representatividade do que a da amostra (média de 9%, no período 2003-2011).

<sup>5</sup> Os serviços mercantis incluem as actividades de comércio e reparação de veículos; transporte armazenagem e comunicações; educação; alojamento e restauração; saúde e acção social e actividade imobiliária,

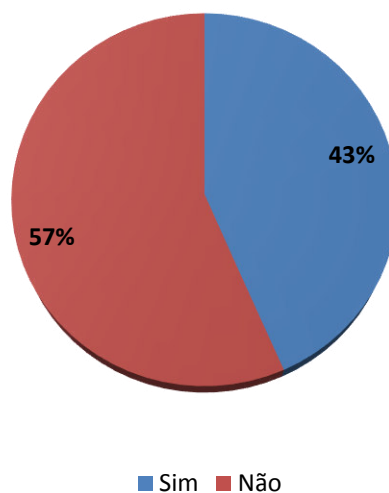
**Tabela 3.7: Sector de actividade**

	Nº	%	% Acumulada
Agricultura, produção animal, caça, pesca e silvicultura	2	4.2	4.2
Electricidade, gás, água e gestão de resíduos	2	4.2	8.3
Transporte, armazenagem e comunicações	2	4.2	12.5
Saúde e acção social	2	4.2	16.7
Indústria extractiva	1	2.1	18.8
Construção	3	6.3	25.0
Educação	1	2.1	27.1
Actividade imobiliária	4	8.3	35.4
Indústria transformadora	12	25.0	60.4
Comércio por grosso e retalho, reparação automóveis e motos	13	27.1	87.5
Alojamento e restauração	4	8.3	95.8
Outros	2	4.2	100.0
Total	48	100.0	

Fonte: Elaboração pessoal

A maioria das empresas (57%) não tem dificuldade no fornecimento do material de base para o desenvolvimento de sua atividade produtiva mas 43% tem alguma dificuldade em obter os materiais fundamentais para o desempenho do seu negócio (figura 3.7).

**Figura 3.7: Dificuldade em obter materiais para a actividade**



Fonte: Elaboração pessoal

### 3.2.2.2. Investimento e financiamento

A maioria dos empreendedores inquiridos (60%) iniciou o seu negócio com um montante de capital superior a 200 mil Kwanzas (2.000 USD) e inferior ou igual 1 milhão de Kwanzas (10.000 USD); somente 23% requereu capital inicial mais substancial (tabela 3.8).

**Tabela 3.8: Empresas por capital inicial (Kz)**

	Nº	%	% Válida	% Acumulada
[20000; 100000]	5	10,4	10,4	10,4
[100001; 200000]	2	4,2	4,2	14,6
[200001; 1000000]	29	60,4	60,4	75,0
Válida [1000001; 2500000]	5	10,4	10,4	85,4
>2500000	6	12,5	12,5	97,9
Não respondeu	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fonte: Elaboração pessoal

Os fundos próprios têm grande importância no financiamento do investimento necessário para o arranque do negócio especialmente em economias, como a angolana, em que o sistema financeiro se encontra ainda pouco desenvolvido. Efectivamente, a percentagem de fundos próprios para a criação do negócio ultrapassou os 50% do total, para cerca de dois terços dos inquiridos (tabela 3.9).

**Tabela 3.9: Fundos próprios**

	Nº	%
Menos de 5%	3	6,3
5% – 25%	3	6,3
26% – 50%	10	20,8
51% – 75%	23	47,9
Mas de 75%	9	18,8
Total	48	100,0

Fonte: Elaboração pessoal

Contrariamente ao observado em outros estudos sobre o empreendedorismo em Angola<sup>6</sup>, a fonte de financiamento mais utilizada foi o crédito bancário, com 52% dos inquiridos a afirmarem ter usufruído dela (tabela 3.10). As poupanças e o empréstimo familiar constituíram outras duas fontes de financiamento utilizadas por um número significativo de empreendedores (27% e 13%, respectivamente).

**Tabela 3.10: Financiamento**

	Nº	%	% Válida	% Acumula
Empréstimo bancário	25	52,1	52,1	52,1
Fundos do governo	2	4,2	4,2	56,3
Empréstimo familiar	6	12,5	12,5	68,8
Válida Poupanças	13	27,1	27,1	95,8
Apoio de amigos	1	2,1	2,1	97,9
Outro	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

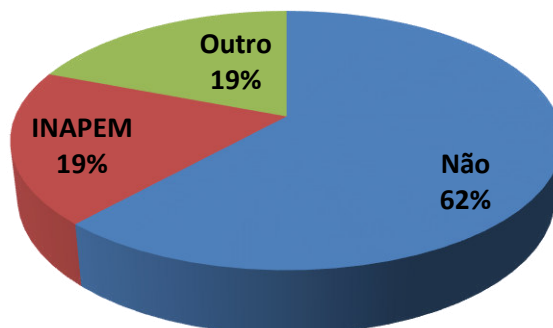
Fonte: Elaboração pessoal

O governo angolano tem criado e implementado programas que visam fomentar o crescimento do empreendedorismo no país. Alguns desses programas visam facilitar o acesso ao crédito com juros bonificados, uns sob o patrocínio do INAPEM e outros não. A observação figura 3.8 permite concluir que cerca de 38% dos empreendedores inquiridos

<sup>6</sup> O empréstimo bancário apenas foi usado como fonte de financiamento por 15% dos inquiridos, para Zinga (2007) e 26%, para Baby (2014).

beneficiou de algum desses programas e metade destes fê-lo sob influência do INAPEM. A maioria dos inquiridos (62%) não beneficiou de nenhum desses programas.

**Figura 3.8: Acesso a financiamento ao abrigo de programas governamentais**



Fonte: Elaboração pessoal

### **3.2.2.2.3. Dimensão da empresa**

Quando iniciaram a sua actividade, e atendendo ao critério do número de trabalhadores, as empresas que constituem a amostra eram exclusivamente micro e pequenas empresas, sendo maioritariamente micro empresas (61% empregava até 10 trabalhadores). Com o decorrer da actividade o emprego cresceu substancialmente (84%, em termos de trabalhadores a tempo inteiro) reforçando a dimensão das empresas com tanta expressividade que a maioria passou a ser de pequena dimensão (70% emprega actualmente entre 11 e 100 trabalhadores, tabela 3.11). A dimensão média das empresas mais do que duplicou, crescendo de 11 para 25 trabalhadores a tempo inteiro.

O emprego a tempo parcial tem ainda alguma expressão. Actualmente, a proporção de trabalhadores a tempo parcial no total de trabalhadores é de 12%, uma proporção ligeiramente inferior à do início de actividade das empresas (13%).

**Tabela 3.11: Dimensão das empresas por nº de trabalhadores a tempo inteiro**

Tempo inteiro	Nº trabalhadores iniciais				Nº trabalhadores actuais			
	1-10	11-100	>100	Total	1-10	11-100	>100	Total
nº empresas	27	17	0	44	13	30	0	43
%	61%	39%	0%	100,0%	30%	70%	0%	100,0%
	Dimensão inicial				Dimensão actual			
	Média	Moda	Mediana	Total	Média	Moda	Mediana	Total
nº trabalhadores	11	8	8	519	21	10	16	953

Fonte: Elaboração pessoal

De acordo com o volume de negócios realizado em 2013, a maioria das empresas respondentes seria classificada de micro empresa já que, para cerca de 89.5% delas, o volume de negócios não excedeu os 25 milhões de Kwanzas (250 mil USD).<sup>7</sup> Segundo este critério, apenas 2.6% das empresas seria classificada de pequena empresa e 7.9% de média empresa (tabela 3.12).

**Tabela 3.12: Volume de negócios**

	Nº	%	% Válida	% Acumulada
0_1000000	5	10,4	13,2	13,2
1000001_5000000	24	50,0	63,2	76,3
5000001_25000000	5	10,4	13,2	89,5
25000001_300000000	1	2,1	2,6	92,1
>300000000	3	6,3	7,9	100,0
Total	38	79,2	100,0	
Não respondeu	10	20,8		
Total	48	100,0		

Fonte: Elaboração pessoal

<sup>7</sup> De acordo com a legislação angolana, as empresas são classificadas como micro empresas se empregarem até 10 trabalhadores e/ou tiverem uma facturação anual bruta não superior a 250 mil USD. As pequenas empresas empregam mais de 10 e até 100 trabalhadores e/ou têm facturação anual bruta superior a 250 mil USD e até 3 milhões de USD. As médias empresas empregam mais de 100 e até 200 trabalhadores e/ou têm facturação anual bruta superior a 3 milhões USD e até 10 milhões de USD.

#### 3.2.2.2.4. Extensão geográfica do negócio

A análise das tabelas 3.13 e 3.14 permite-nos concluir que o negócio dos empreendedores inquiridos circunscreve-se quase exclusivamente à província do Kwanza Norte: 100% dos respondentes localizam a sua actividade produtiva nesta província e 82% vendem exclusivamente no Kwanza Norte. A internacionalização tem expressão residual: apenas uma empresa vende para o estrangeiro.

**Tabela 3. 13: Localização da actividade produtiva**

	Nº	%	% Válida
Província do Kwanza Norte	46	95.8	100.0
Não respondeu	2	4.2	
Total	48	100.0	

Fonte: Elaboração pessoal

**Tabela 3. 14: Localização dos clientes**

	Nº	%	% Válida	% Acumulada
Só no Kwanza Norte	37	77,1	82,2	82,2
Kwanza Norte e outra província Angola	7	14,6	15,6	97,8
Kwanza Norte, estrangeiro e outra província	1	2,1	2,2	100,0
Total	45	93,8	100,0	
Não respondeu	3	6,3		
Total	48	100,0		

Fonte: Elaboração pessoal

#### 3.2.2.2.5. Inovação

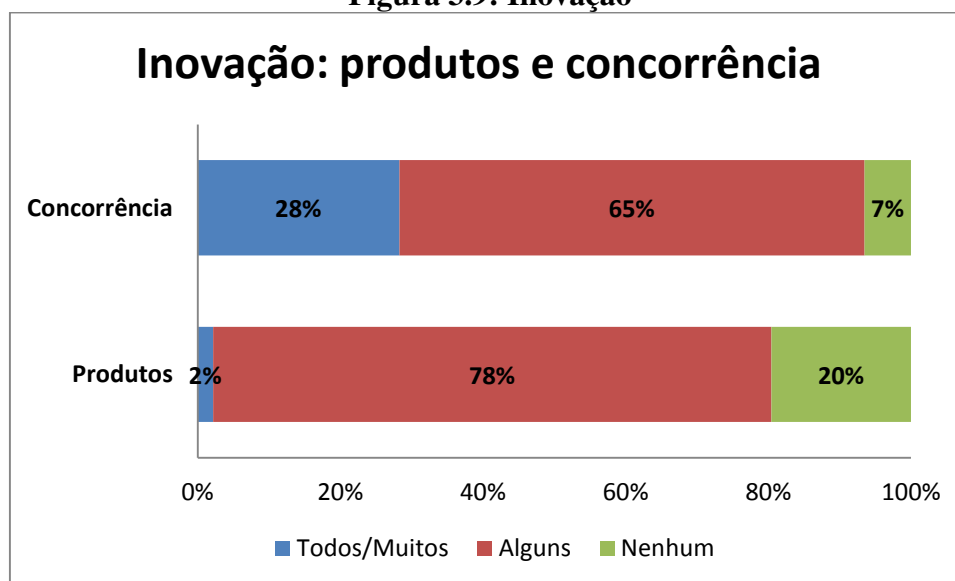
A inovação é apreciada nas vertentes estabelecidas pelo GEM, avaliando-se o grau de inovação do produto/serviço, concorrência e tecnologia utilizada.

De acordo com os resultados obtidos, 20% dos empreendedores respondentes (46 em 48) são de opinião que nenhum dos seus clientes considera os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos, enquanto 78% tem a percepção que alguns dos seus clientes considera os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos, somente 2% dos inquiridos optou em todos (Figura 3.9). Esta apreciação sobre o grau de inovação do produto/serviço oferecido é mais positiva do que a obtida na sondagem à população adulta angolana realizada em 2010, onde 67% dos empreendedores *early-stage* tinha a percepção que nenhum dos seus potenciais clientes considerava os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos (GEM Angola 2010, p. 27).

Outro indicador do grau de inovação das iniciativas empreendedoras, considerado relevante pelo GEM, é a avaliação da concorrência. De acordo com a Figura 3.9, 28% dos empreendedores considera existirem muitos outros negócios que oferecem produtos/serviços semelhantes aos seus, enquanto 65% considera existirem alguns e apenas 7% considera não existirem nenhuns negócios com produtos/serviços semelhantes aos seus. Os resultados obtidos pelo GEM para o todo nacional (GEM Angola 2010) revelam uma apreciação mais positiva deste indicador do grau de inovação já que, a proporção de empreendedores que considerava que nenhum dos concorrentes oferecia produtos semelhantes, era 22% contra os 7% da nossa amostra.

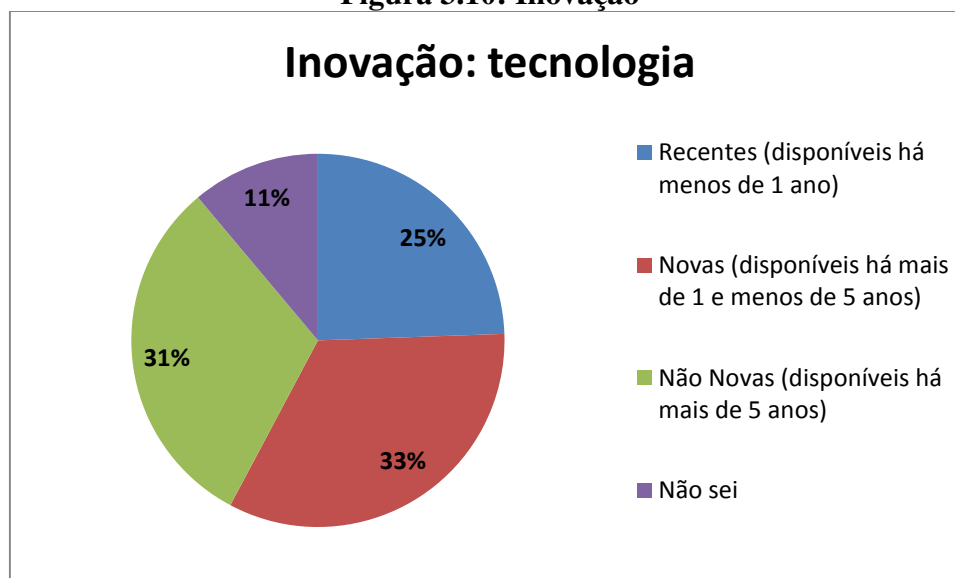
No que se refere à percepção que os empreendedores têm sobre o grau de novidade da tecnologia e procedimentos utilizados, constata-se que a maioria dos inquiridos (58%) considera estar a utilizar tecnologias novas ou recentes (tecnologias disponíveis há menos de cinco anos). Apenas 31% dos inquiridos considera estar a utilizar tecnologias disponíveis há mais de 5 anos (Figura 3.10).

**Figura 3.9: Inovação**



Fonte: Elaboração pessoal

**Figura 3.10: Inovação**



Fonte: Elaboração pessoal

### **3.2.3. ANÁLISE DESCRITIVA BIVARIADA DA AMOSTRA**

O cruzamento de variáveis e a análise da relação existente entre elas é com certeza relevante. No entanto, a exígua dimensão da amostra, a elevada taxa de não respondentes em algumas questões e a elevada concentração de respostas em algumas categorias compromete seriamente a análise. Na esmagadora maioria dos casos não nos foi possível aplicar o teste de independência do Qui-Quadrado. A observação das tabelas de contingência que resultaram do cruzamento das diversas variáveis não permitiu concluir que, em geral, o que motivou os empreendedores, as actividades em que concretizaram o seu negócio, o montante e a forma como se financiaram, os resultados que obtiveram ou a inovação que introduziram estejam significativamente relacionados entre si ou com as variáveis que traduzem as especificidades socio-demográficas dos indivíduos.

A título ilustrativo refira-se o cruzamento das variáveis representativas dos diferentes tipos de motivações e o cálculo dos coeficientes de correlação bivariada não permitiu inferir pela existência ou não de consistência nas respostas dos inquiridos aos motivos que os levaram a criar o seu negócio. Como se pode observar na tabela C.9 em anexo, apenas as motivações “aumentar o rendimento” e “não encontrar emprego” se encontram significativa e negativamente correlacionadas. Isto é, os inquiridos que concordaram em que “aumentar o rendimento” foi uma motivação para criarem o seu negócio discordaram de que “não encontrar emprego” o fosse. Mais nenhum par de motivações revelou estar estatisticamente correlacionado, mesmo quando recodificadas as variáveis em menos

categorias. No sentido de apreciar se alguma das características dos inquiridos – demográficas, qualificações, situação profissional anterior – determinaria diferentemente as motivações que induzem ao empreendedorismo, procedeu-se também ao cruzamento dessas diferentes variáveis com as que representam as diferentes motivações. Em nenhum dos casos foi possível aplicar o teste de independência do Qui-Quadrado e a observação das tabelas de contingência não permitiu concluir que, nomeadamente, as motivações que obtiveram maior concordância dos inquiridos apresentem diferenças significativas por género, idade, qualificações ou situação profissional anterior.<sup>8</sup>

O objectivo principal deste estudo é averiguar se o apoio do INAPEM, sob a forma de formação ou de facilitação do acesso ao financiamento, diferenciou de algum modo o empreendedorismo no Kwanza Norte nomeadamente, no volume de negócios concretizado pelas empresas e na inovação que estas introduziram.

## **INAPEM**

Não foi possível aplicar o teste de independência do Qui-Quadrado entre as duas variáveis que captam a intervenção do INAPEM<sup>9</sup> e restantes variáveis porque mais de 20% das células tinham frequências esperadas inferiores a 5. Todavia, a análise das tabelas de contingência parecem indiciar que a intervenção do INAPEM no âmbito da formação e do financiamento não diferenciou significativamente o volume de negócios obtido nem a inovação nas suas várias dimensões – produto, concorrência e tecnologia (Cf. Tabelas C.1 a C.8 no anexo C). Em suma, de acordo com esta amostra de empreendedores da província do Kwanza Norte, não se pode concluir que o INAPEM tenha permitido às empresas que beneficiaram do seu apoio obter resultados melhores que as outras (maior volume de negócios e maior inovação); sequer se pode concluir que tenha podido concretizar um empreendedorismo significativamente diferente. Resultados semelhantes foram obtidos quando recodificadas as variáveis em menos categorias.

---

<sup>8</sup> Estas tabelas de contingência não estão reportadas por não acrescentarem informação relevante mas estão disponíveis se solicitadas.

<sup>9</sup> As variáveis que detalham a formação complementar e os programas governamentais que facilitam o acesso a financiamento.

### 3.2.4. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Da entrevista realizada a uma dirigente do INAPEM do Kwanza Norte conclui-se que apenas as empresas certificadas da província beneficiaram do apoio deste organismo no âmbito da formação/consultoria e/ou acesso em condições mais favoráveis ao financiamento. Constata-se ainda que não existem programas específicos de apoio à internacionalização ou à inovação nem que privilegiem empresas de sectores específicos de actividade económica.

O estudo realizado sobre uma amostra de 48 micro, pequenas e médias empresas num universo de 230 registadas no INAPEM do Kwanza Norte, no período 1996-2013, permite-nos concluir que:

- O empreendedorismo foi exercido maioritariamente por jovens homens do Kwanza Norte, com qualificações académicas claramente superiores à média nacional e provincial e com experiência na área dos negócios. Decidiram criar o seu negócio motivados pelo desejo de ascensão económico-social e independência e não pela necessidade de arranjar um emprego ou pela insuficiência do seu salário para sobreviver, ainda que cerca de um terço destes indivíduos se encontrasse desempregado ou inactivo anteriormente. Contribuíram, todavia, para a redução do desemprego e pobreza da região gerando emprego com a criação dos seus negócios e quase o duplicando no final de 2013.
- É um empreendedorismo que se concretizou maioritariamente em microempresas em nome individual, dedicadas às actividades mercantis, que complementaram os fundos próprios com o empréstimo bancário para financiarem o início da uma actividade geradora, em regra, de pequenos volumes de negócios e que se circunscreve localmente. A maioria dos empreendedores tem a percepção de que usam tecnologias novas ou recentes e que os seus clientes atribuem alguma novidade aos produtos que fornecem mas consideram que têm concorrência de outras empresas na oferta dos seus produtos.

Não há evidência de que os programas governamentais de fomento do empreendedorismo, no âmbito da formação e da facilitação do acesso ao crédito bonificado, patrocinados pelo INAPEM tenham potenciado um empreendedorismo mais inovador e mais gerador de riqueza.

## **Capítulo IV. Conclusão**

Angola é, na actualidade, uma das economias do mundo que regista maior crescimento económico. É no entanto ainda uma economia com uma elevada taxa de pobreza e profundas desigualdades e assimetrias regionais.

O empreendedorismo tem sido reconhecido como um factor potenciador de um crescimento económico mais harmonioso em que as diferenças regionais se atenuem. O desenvolvimento da actividade empreendedora em Angola apoiado em políticas públicas apropriadas torna-se essencial, uma vez que os empreendedores fomentem a inovação e a competitividade e funcionem como catalisadores das alterações estruturais da economia.

O objectivo que nos propusemos na presente dissertação foi contribuir para o aprofundamento do conhecimento de como o empreendedorismo se concretiza numa das regiões mais pobres de Angola, a província do Kwanza Norte, e de aferir se as políticas de apoio ao empreendedorismo sob alçada do INAPEM tiveram ou não algum efeito diferenciador nesse empreendedorismo.

A pequena dimensão da amostra, a elevada taxa de não respondentes em algumas questões e a elevada concentração de respostas em algumas categorias comprometeram seriamente as conclusões a retirar da análise dos questionários às empresas. Por sua vez, a entrevista à dirigente do INAPEM não permitiu obter dados sobre como e em quanto se concretizaram os apoios deste organismo. Apenas se ficou a saber que, no Kwanza Norte, as 119 empresas certificadas recorreram ao apoio do INAPEM mas não em que programas em concreto muito menos que montantes estão envolvidos. Não são com certeza programas específicos de apoio à inovação ou à internacionalização. São apenas programas de formação/consultoria ou que promovem o acesso ao financiamento em condições mais favoráveis.

Esta vocação generalista dos programas de apoio ao empreendedorismo promovidos pelo INAPEM pode ser uma das razões para a não existência de evidência de que estes tenham de modo significativo alterado o padrão do empreendedorismo no Kwanza Norte. Nomeadamente, não foi encontrada evidência de que esses programas tenham potenciado um empreendedorismo mais inovador e mais gerador de riqueza. Estes resultados têm todavia de ser considerados com cautela. A exígua dimensão da amostra coadjuvada pela limitada qualidade das respostas obtidas da aplicação dos questionários, assim o aconselha.

A desconfiança de alguns inquiridos sobre a motivação última do questionário e a inexistência de uma cultura de prestação de informações de natureza económica poderão estar na origem da elevada proporção de questões não respondidas e para a existência de inconsistência em algumas respostas.

Em todo o caso, o estudo revelou que a actividade empreendedora de cerca de 20% do total das micro, pequenas e médias empresas registadas no INAPEM do Kwanza Norte foi exercida maioritariamente por jovens homens trabalhadores, com qualificações académicas superiores à média e com experiência na área de negócios. Revelou também que na sua génese estão sobretudo motivações de ascensão económico-social e de independência e não motivações de necessidade. Concretizou-se em empresas em nome individual de muito pequena dimensão, que reproduzem a especialização produtiva da região e que recorreram ao crédito bancário para complementar os recursos próprios no financiamento do início da sua actividade. É um empreendedorismo que contribuiu essencialmente para a criação de emprego na região ainda que os seus protagonistas o percecionem como tendo algum grau de inovação.

Este estudo não permite concluir pela necessidade de o governo reforçar os programas de apoio ao empreendedorismo já existentes. Todavia, existem razões para se defender a criação de programas específicos de apoio à internacionalização e inovação, dada a falta de internacionalização das empresas e a necessidade de reforçar da sua orientação inovadora.

O conhecimento da forma como o empreendedorismo se concretiza nas diversas regiões de Angola e a avaliação dos efeitos das diferentes políticas públicas de apoio ao empreendedorismo são objectivos ambiciosos a prosseguir em futuras investigações.

## Referências Bibliográficas

- ALAMINE O. (2006). Entrepreneurship in Africa. *New African*, 457, 84.
- ANGOP Angola Press (2013) *Mais de três mil empreendedores esperam financiamento*, disponível em [www.info-angola.ao](http://www.info-angola.ao) acesso aos 04. 06. 2014-06-06
- BRUYAT, C. e JULIEN, P. A. (2000), Definição do campo de pesquisa em empreendedorismo. *Journal of Business Venturing*, v. 16, p. 165-180.
- COSTER H. (2007). \$5 Million Carrot. *Forbes Asia*, 3, (18)
- CARVALHO J. E. (2011): *Gestão de Empresas Princípios Fundamentais: O futuro da gestão é a gestão do futuro*. Lisboa. Sílabo.
- DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*, (2001), São Paulo: Cultura.
- DORNELAS, J.C. A. (2001), *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- DRUCKER, Peter, F. (1986), *Empreendedorismo e Inovação, Princípios e práticas*, London: Pan Books.
- DOS REIS, Felipa F. (2010), *Como elaborar uma dissertação de mestrado*, Lisboa: Pactor.
- FERREIRA M.P., SANTOS J.C. e SERRA F.R. (2010), *Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a nova Empresa. Lisboa. Silabo. 2ª Ed.*
- FERREIRA M. P., SANTOS J. C., REIS N. e MARQUES T. (2010) *Gestão Empresarial*. Lisboa: Lidel. 3ª Ed.
- FILION, L. J., (1999) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo: *Revista de Administração*, v. 34, (2), 05-28.

HOLT D. (1992) *Entrepreneurship*, Englewood cliffs: printice hall.

GASPAR F. (2010) *O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Silabo.

GEM (2010) *GEM Angola 2010 Estudo sobre o Empreendedorismo*. 58p.

GEP (2011) *Kwanza Norte em Imagens, Números e Mapas*. Governo Provincial do Kwanza Norte. 73p.

JOVER E.,PINTO A. L. e MARCHAND A. (2012): *Angola, Perfil do Sector Privado do Pais*. Luanda: Imara.

KIGGUNDU M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of developmental entrepreneurship*, V. 7, (3)

LALL S. (1995). Structural adjustments and African industry. *World Development*, v. 23, (12), 2013 – 2019.

LEITE M. (2012) *O fenómeno do empreendedorismo*, São Paulo: Saraiva

LEGIS PALOP (2013) *Guia para Investir nos Palop*. Luanda: Casas das Ideias

MARQUES, S. (2011) *Empreendedorismo em Angola: Entre as Ideias e a Ação*. Luanda: Panzo consulting firm.

McCLELLAND, D. C. (1961), *Realizando a sociedade*, Princetown, New Jersey: D. Van Nostrand Company.

McDADE B .e SPRING A. (2005). The new generation of African entrepreneurs: networking to change the climate for business and private sector-led development. *Journal of Developmental entrepreneurship*,v 3,(

MENDES, A. I. M. (2011) *Empreendedorismo e crescimento económico, o caso de Angola*. Minho. Dissertação de Mestrado em economia e gestão.

MINIPLAN (2012) *Plano Nacional de Desenvolvimento*. 2013-2017,Luanda. MINIPLAN

MLGTS (2012) *Doing Business Angola*. Luanda. 134 P

MOYO D.(2009). Why foreign aid is hurting Africa. *Wall Street Journal (Eastern edition)*, W.1.

PRAHALAD C. K. (2005). Aid is not the answer. *Wall Street Journal (Eastern edition)*, A.8.

ROCHA, M. J. A. (2010) *Desigualdades e Assimetrias regionais em Angola – Os fatores de competitividade territorial*. Luanda: UCAN, CEIC.

ROBSON P.J.A., e BA Obeng (2008). *The barriers to growth in Ghana: Small Business Economics*.

ROBSON P. J. A., M Haugh e BA Obeng (2009). Entrepreneurship and innovation in Ghana: Enterprising Africa: *Small Business Economics*, 32, (3), 331–350.

SARAIVA, P. M., (2011) *Empreendedorismo*. Coimbra: Coimbra

SARKAR S. (2010) *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa: Escolar.

SERRA F. R., FERREIRA M. P., TORRES M. C. e TORRES A. P. (2010) *Gestão Estratégica: Conceitos e Práticas*. Lisboa: Lidel. 3ª ed.

SENDER J. S. Smith (1989). *Poverty, Class and Gender in Rural Africa*. London: Routledge.

SOARES J. C. (2011) *Dicionário de Gestão*. Lisboa: Plátano.

SOUSA, M. J. e BAPTISTA, C. S. (2011) *Como fazer investigação, dissertações teses e relatórios*, Lisboa: Pactor.

SCHUMPETER. JOSEPH A. (1934) *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural.

SMITH A. D. (2009) Trade, not aid, is latest hope: Donors are now focusing less on charity and more on the continent's entrepreneurs. London: *The Guardian Final Edition*, 27.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. (1990) Um paradigma do empreendedorismo: Gestão empreendedora, *Journal*, v. 11, 17-2.

TEAL F.(1998). *The Ghanaian manufacturing sector 1991–1995: Firm growth, productivity and convergence*. CSAE, WPS/98 – 17.

TIDD J., BESSANT J. e PAVITT (2003) *Gestão da Gestão, Integração das mudanças Tecnológicas, de Mercado e Organizacionais*. Lisboa: Monitor

USSMANE M. H. (2013) *Inovação e criatividade: Manual do Desenvolvimento de produto*. Lisboa: Sílabo.

VASSILIOU P. (2010). A Hand Up, Not A Hand Out. Disponível em [www.forbes.com/africa-indiapoverity-legatum-tech-opinions-contributors-philip-vassiliou.html](http://www.forbes.com/africa-indiapoverity-legatum-tech-opinions-contributors-philip-vassiliou.html)]. Consultado no dia 20 de Abril de 2014.

VENKATARAMAN, S.; SHANE, S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

WILSON E. J. (1990). Strategies of state control of the economy: Nationalization and indigenization in Black Africa. *Comparative Politics*, 22 (4), 401–419.

ZINGA A. C. (2007) Os Determinantes do Empreendedorismo um Estudo Empírico no Contexto Angolano. Coimbra, Dissertação de Mestrado em Gestão

## **Anexos**

## **Anexo A: Guião da entrevista e respostas**

1) Qual o cargo que ocupa no INAPEM?

2) Há quanto tempo desempenha esta função?

< 1 ano

Entre 1 a 2 anos

Mais de 2 anos

3) O INAPEM tem uma classificação própria para micro, pequenas, médias e grandes empresas? Se sim, qual?

4) Qual a importância das certificações dadas a empresas pelo INAPEM?

Qual a repartição das certificações por tipo de empresa?

5) Na província do Kuanza Norte, quantas empresas se encontram cadastradas e quantas estão certificadas?

6) Globalmente, quantas empresas do Kuanza Norte recorreram aos apoios do INAPEM nos últimos 5 anos?

7) Que programas tem o INAPEM de apoio às empresas e empreendedorismo no âmbito

a) da formação/consultadoria?

b) E do apoio ao financiamento?

8) Quantas empresas recorreram a esses programas nos últimos 5 anos

b) E no Kuanza Norte?

9)Existem programas específicos para empresas que apostem na inovação, internacionalização e criação de emprego? Quais? Quantas empresas beneficiaram desses programas em Angola e no Kuanza Norte, nos últimos 5 anos?

10)Quais os sectores de actividade económica que mais apoio têm do INAPEM?

11)Qual o crescimento registado das despesas com os programas do INAPEM ao longo dos últimos 5 anos?

12)Qual o valor médio de apoios do INAPEM em 2013?

13)Qual o valor médio de cada projecto por tipo de empresa aprovado em 2013?

Obrigado pela resposta às questões

Deseja receber os resultados deste estudo?

Pode ser divulgado o seu nome?

## **Respostas da entrevista.**

1. Responsável de centro de serviço do Kwanza Norte.

2. 2 anos

3. Sim, Os fatores que determinam a classificação de uma empresa são: o número de trabalhadores e o volume de faturação, em conformidade com a lei 30/11 de 13 de Setembro.

\* Micro Empresas (MC), as empresas que empreguem até 10 trabalhadores inclusive e/ou tenham uma faturação anual bruta não superior a 250 mil USD (no valor equivalente em Kz);

\* Pequenas Empresas (PE), as empresas que empreguem mais de 10 e até 100 trabalhadores inclusive, e/ou tenham uma faturação anual bruta superior a 250 mil USD e igual ou inferior a 3 milhões de USD (no valor equivalente em Kz);

\* Médias Empresas (ME), as empresas que empreguem mais de 100 e até 200 trabalhadores inclusive e/ou detenham uma faturação anual bruta superior a 3 milhões de USD e igual ou inferior a 10 milhões de USD (no valor equivalente em Kz);

4. As certificações dadas pelo INAPEM têm grande importância porque facilitam os empreendedores a terem acesso ao crédito bonificado e garantia do Estado bem como a redução da taxa de imposto industrial e isenção do imposto de consumo e de selo.

5. As repartições das certificações por tipo de empresas podem ser:

\*Micro empresa;

\*Pequena empresa;

\*Média empresa

6. Na província do Kwanza Norte foram cadastradas 230 empresas e foram certificadas 119 empresas.

7. Nos últimos 2 anos recorreram ao apoio do INAPEM, 230 empresas no Kwanza Norte.

8. a) No âmbito da formação/consultoria o INAPEM, tem a função de cadastrar e certificar as MPMEs, o instituto da formação, consultoria e procede a incubação de empresas (estrutura especializada para empreendedores que serve para abrigar, educar, auxiliar na criação e fortalecer as mesmas empresas).

b). O INAPEM não pode fazer financiamento, já que quem financia são os bancos comerciais.

8. a) Nos últimos 2 anos recorreram a esse programa cerca de 8239 empresas em Angola

b). Recorreram 119 empresas

9). Não tem

10. São todos os setores de atividades que tem mais apoio do INAPEM mas, os que serão financiados pelo programa Angola investe são:

\*Setor agrícola, pecuária e pesca;

\*Construção civil

\*Setor mercantil

Obrigado pela resposta às questões

Deseja receber os resultados deste estudo?

R: Sim

Pode ser divulgado o seu nome?

R: Sim

Auria de Almeida

**Anexo B: Questionário**

# **Instituto Politécnico do Porto**

## **Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP)**

### **O PAPEL DO INAPEM NO FOMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA PROVINCIA DO KWANZA NORTE (Angola)**

Este questionário insere-se no contexto da minha dissertação de mestrado em empreendedorismo internacional no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, com o tema **“O papel do INAPEM no fomento do empreendedorismo na província do Kwanza Norte-Angola”** e será preenchido pelos empreendedores.

O objetivo deste questionário é averiguar a importância deste Instituto no fomento do empreendedorismo nesta região do país, recolher informações sobre o perfil dos empreendedores bem como das respectivas empresas e também se de facto as medidas e políticas implementadas tem produzido benefícios.

Importa realçar que todas informações obtidas serão estritamente confidenciais, destinando-se apenas para a dissertação em causa.

Assinale a sua resposta com um (X).

**Sebastião Machado Quilaça**

**Angola, Abril de 2014**

**ISCAP**

## I. Dados sobre o empreendedor

Nas seguintes questões, assinale com um (X) a situação que melhor corresponde ao seu perfil pessoal

1. Idade (anos)  18 – 24  25 – 34  35 – 44  45 – 54  55 – 64

2. Sexo  Masculino  Feminino

3. Naturalidade  Província de Kuanza Norte  Outras províncias de Angola  Estrangeiro

4. Indique o nível de escolaridade mais elevado que frequentou

Primária  Básico  Secundário  Licenciatura  Mestrado

5. Frequentou ou frequenta alguma formação complementar em gestão/administração/empreendedorismo?

Sim  Não

6. Em que Instituição frequentou essa formação?

INAPEM  BUE  CLESE  OUTRA  Não se aplica

7. Como avalia a qualidade dessa formação?

Muito boa  Boa  Suficiente  Medíocre  Má  Não se aplica

8. Tem alguém na família que tenha criado e/ou gerido uma empresa?

Sim  Não

9. Alguma vez trabalhou como gestor numa empresa?

Sim  Não

10. Alguma vez esteve envolvido na criação de outra empresa?

Sim  Não

11. Tem experiência anterior neste ramo de negócio?

Sim  Não

**12. Situação profissional anterior** Inactivo Trabalhador por conta de outrem Desempregado Trabalhador por conta própria**13. Qual foi a motivação principal para a criação do seu negócio?**

	Discordo em absoluto				Concordo em absoluto
a. Eu não encontrava emprego	1	2	3	4	5
b. O meu salário não me permitia sobreviver	1	2	3	4	5
c. Eu quis criar emprego para os meus familiares	1	2	3	4	5
d. Eu quero aumentar os meus rendimentos	1	2	3	4	5
e. Eu quero melhorar a minha posição na sociedade	1	2	3	4	5
f. Eu gosto de trabalhar por conta própria	1	2	3	4	5
g. Eu tinha uma ideia de negócio que quis concretizar	1	2	3	4	5

**II. Dados sobre a empresa****14. Qual é o ano de início da actividade da empresa?**

Ano -----

**15. A sua empresa foi certificada e/ou cadastrada pelo INAPEM?** Sim, foi certificada Sim, foi cadastrada Não**16. A sua empresa beneficiou de alguns dos programas de apoio oferecidos pelo INAPEM?** Sim Não

Quais? -----

--

**17. Forma jurídica da empresa** Empresário em nome individual Sociedade Cooperativa

**18. Sector de actividade**

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Agricultura, produção animal, caça, pesca e silvicultura | <input type="checkbox"/> Indústria extractiva   | <input type="checkbox"/> Indústria transformadora                                    |
| <input type="checkbox"/> Electricidade, gás, água e gestão de resíduos            | <input type="checkbox"/> Construção             | <input type="checkbox"/> Comércio por grosso e retalho, reparação automóveis e motos |
| <input type="checkbox"/> Transporte, armazenagem e comunicações                   | <input type="checkbox"/> Educação               | <input type="checkbox"/> Alojamento e restauração                                    |
| <input type="checkbox"/> Saúde e acção social                                     | <input type="checkbox"/> Actividade imobiliária | <input type="checkbox"/> Actividade financeira, seguros e fundos de pensões          |
| <input type="checkbox"/> Outro, qual? .....                                       |   |  |

**19. Qual o montante inicial do investimento? .....**

**20. Como obteve os recursos financeiros para iniciar o seu negócio?**

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Empréstimo bancário   | <input type="checkbox"/> Empréstimo familiar | <input type="checkbox"/> Poupança        |
| <input type="checkbox"/> Fundos do governo   | <input type="checkbox"/> Apoios ONG's        | <input type="checkbox"/> Apoio de amigos |
| <input type="checkbox"/> Outro meio ou combinação dos itens indicados, especifique ..... |  |  |
- 
- 

**21. Obteve financiamento ao abrigo de algum programa promovido pelo Governo angolano?**

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
|------------------------------|------------------------------|

Que programa e que benefício obteve? .....

-----

-----

----

**22. Qual foi a percentagem de fundos próprios para o arranque dos negócios?**

- |                                      |                                      |                                    |
|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de 5% | <input type="checkbox"/> 5% - 25%    | <input type="checkbox"/> 26% - 50% |
| <input type="checkbox"/> 51% - 75%   | <input type="checkbox"/> Mais de 75% |                                    |

**23. No início do seu negócio, quantos trabalhadores tinha a empresa, excluindo a si próprio?**

A tempo inteiro: ----- A tempo parcial: -----

**24. Actualmente, quantos trabalhadores tem a empresa?**

A tempo inteiro: ----- A tempo parcial: -----

**25. Tem dificuldade em obter os fornecimentos dos materiais necessários à sua actividade produtiva?**

Sim

Não

**26. Qual o volume de negócios realizado em 2013?**

-----

**27. Qual a localização da actividade do seu negócio?**

Província de Kuanza Norte

Outras províncias de Angola, especifique -----

-

Estrangeiro, especifique -----

-

**28. Percentagem das suas vendas adquiridas por clientes de**

Província de Kuanza Norte -----

--

Outras províncias de Angola -----

-

Estrangeiro -----

--

**29. Quantos clientes (efectivos ou potenciais) consideram o produto ou serviço novo ou desconhecido?**

Todos

Alguns

Nenhum

**30. Quantas empresas oferecem produtos ou serviços semelhantes?**

Muitas

Algumas

Nenhuma

**31. Qual é o grau de novidade das tecnologias ou procedimentos utilizados?**

Recentes (disponíveis há  
menos de 1 ano)

Novas (disponíveis há mais de 1 e há menos  
de 5 anos)

Não novas (disponíveis  
há mais de 5 anos)

Não sei

## **Anexo C: Tabelas e figura**

**Tabela C.1: Volume de negócios \* Formação INAPEM**

			Formação		Total
			INAPEM	Não	
Volume de negócios	[0, 1 milhão]	Count	2	3	5
		Expected Count	3.5	1.5	5.0
		% within Volume negócios	40.0%	60.0%	100.0%
	]1 milhão, 5 milhões]	Count	20	3	23
		Expected Count	16.0	7.0	23.0
		% within Volume negócios	87.0%	13.0%	100.0%
	]5 milhões, 25 milhões]	Count	2	2	4
		Expected Count	2.8	1.2	4.0
		% within Volume negócios	50.0%	50.0%	100.0%
	]25 milhões, 300 milhões]	Count	0	1	1
		Expected Count	.7	0.3	1.0
		% within Volume negócios	0.0%	100.0%	100.0%
	>300 milhões	Count	1	2	3
		Expected Count	2.1	0.9	3.0
		% within Volume negócios	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	25	11	36	
	Expected Count	25.0	11.0	36.0	
	% within Volume negócios	69.4%	30.6%	100.0%	

**Tabela C.2: Quantos clientes consideram produto novo \* Formação INAPEM**

			Formação		Total
			INAPEM	Não	
Quantos clientes consideram produto novo	Todos	Count	0	1	1
		Expected Count	.6	.4	1.0
		% within clientes	0.0%	100.0%	100.0%
	Alguns	Count	23	11	34
		Expected Count	20.6	13.4	34.0
		% within clientes	67.6%	32.4%	100.0%
	Nenhum	Count	3	5	8
		Expected Count	4.8	3.2	8.0
		% within clientes	37.5%	62.5%	100.0%
Total	Count	26	17	43	
	Expected Count	26.0	17.0	43.0	
	% within clientes	60.5%	39.5%	100.0%	

**Tabela C.3: Quantas empresas oferecem produtos semelhantes \* Formação INAPEM**

			Formação		Total
			INAPEM	Não	
Quantas empresas oferecem produtos semelhantes	Muitas	Count	8	5	13
		Expected Count	7.9	5.1	13.0
		% within empresas	61.5%	38.5%	100.0%
	Algumas	Count	16	11	27
		Expected Count	16.3	10.7	27.0
		% within empresas	59.3%	40.7%	100.0%
	Nenhuma	Count	2	1	3
		Expected Count	1.8	1.2	3.0
		% within empresas	66.7%	33.3%	100.0%
Total	Count	26	17	43	
	Expected Count	26.0	17.0	43.0	
	% within empresas	60.5%	39.5%	100.0%	

**Tabela C.4: Qual o grau de novidade das tecnologias utilizadas \***  
**Formação INAPEM**

			Formação		Total
			INAPEM	Não	
Qual o grau de novidade das tecnologias utilizadas	Recentes (disponíveis há menos de 1 ano)	Count	5	5	10
		Expected Count	6.0	4.0	10.0
		% within grau de novidade	50.0%	50.0%	100.0%
	Novas (disponíveis há mais de 1 e há menos de 5 anos)	Count	11	4	15
		Expected Count	9.1	5.9	15.0
		% within grau de novidade	73.3%	26.7%	100.0%
	Não Novas (disponíveis há mais de 5 anos)	Count	7	6	13
		Expected Count	7.9	5.1	13.0
		% within grau de novidade	53.8%	46.2%	100.0%
	Não sei	Count	3	2	5
		Expected Count	3.0	2.0	5.0
		% within grau de novidade	60.0%	40.0%	100.0%
Total	Count	26	17	43	
	Expected Count	26.0	17.0	43.0	
	% within grau de novidade	60.5%	39.5%	100.0%	

**Tabela C.5: Tabela de contingência das variáveis volume de negócios e obtenção financiamento através organismos governamentais**

KZ		Obtenção financiamento através organismos governamentais			Total	
		INAPEM	Outro	Não		
Volume de negócios	[0, 1 milhão]	Count	0	1	4	5
		Expected Count	1.1	1.1	2.9	5.0
		% within Volume de negócios	0.0%	20.0%	80.0%	100.0%
	]1 milhão, 5 milhões]	Count	7	5	12	24
		Expected Count	5.1	5.1	13.9	24.0
		% within Volume de negócios	29.2%	20.8%	50.0%	100.0%
	]5 milhões, 25 milhões]	Count	1	1	3	5
		Expected Count	1.1	1.1	2.9	5.0
		% within Volume de negócios	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
	]25 milhões, 300milhões]	Count	0	0	1	1
		Expected Count	.2	.2	.6	1.0
		% within Volume de negócios	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	>300 milhões	Count	0	1	2	3
		Expected Count	.6	.6	1.7	3.0
		% within Volume de negócios	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	8	8	22	38	
	Expected Count	8.0	8.0	22.0	38.0	
	% within Volume de negócios	21.1%	21.1%	57.9%	100.0%	

**Tabela C.6: Quantos clientes consideram produto novo \* Obtenção financiamento através organismos governamentais**

			Obtenção financiamento através organismos governamentais			Total
			INAPEM	Outro	Não	
Quantos clientes consideram produto novo	Todos	Count	0	0	1	1
		Expected Count	.2	.2	.6	1.0
		% within clientes	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	Alguns	Count	8	7	20	35
		Expected Count	6.2	6.2	22.6	35.0
		% within clientes	22.9%	20.0%	57.1%	100.0%
	Nenhum	Count	0	1	8	9
		Expected Count	1.6	1.6	5.8	9.0
		% within clientes	0.0%	11.1%	88.9%	100.0%
Total	Count	8	8	29	45	
	Expected Count	8.0	8.0	29.0	45.0	
	% within clientes	17.8%	17.8%	64.4%	100.0%	

**Tabela C.7: Quantas empresas oferecem produtos semelhantes \* Obtenção financiamento através organismos governamentais**

			Obtenção financiamento através organismos governamentais			Total
			INAPEM	Outro	Não	
Quantas empresas oferecem produtos semelhantes	Muitas	Count	0	3	10	13
		Expected Count	2.3	2.3	8.4	13.0
		% within empresas	0.0%	23.1%	76.9%	100.0%
	Algumas	Count	7	5	17	29
		Expected Count	5.2	5.2	18.7	29.0
		% within empresas	24.1%	17.2%	58.6%	100.0%
	Nenhuma	Count	1	0	2	3
		Expected Count	.5	.5	1.9	3.0
		% within empresas	33.3%	0.0%	66.7%	100.0%
Total	Count	8	8	29	45	
	Expected Count	8.0	8.0	29.0	45.0	
	% within empresas	17.8%	17.8%	64.4%	100.0%	

**Tabela C.8: Qual é o grau de novidade das tecnologias utilizadas \***  
**Obtenção financiamento através organismos governamentais**

			Obtenção financiamento através organismos governamentais			Total
			INAPEM	Outro	Não	
Qual é o grau de novidade das tecnologias utilizadas	Recentes (disponíveis há menos de 1 ano)	Count	1	0	9	10
		Expected Count	1.8	1.8	6.4	10.0
		% within grau de novidade	10.0%	0.0%	90.0%	100.0%
	Novas (disponíveis há mais de 1 e há menos de 5 anos)	Count	3	6	6	15
		Expected Count	2.7	2.7	9.5	15.0
		% within grau de novidade	20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
	Não Novas (disponíveis há mais de 5 anos)	Count	4	2	8	14
		Expected Count	2.5	2.5	8.9	14.0
		% within grau de novidade	28.6%	14.3%	57.1%	100.0%
	Não sei	Count	0	0	5	5
		Expected Count	.9	.9	3.2	5.0
		% within grau de novidade	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	8	8	28	44	
	Expected Count	8.0	8.0	28.0	44.0	
	% within grau de novidade	18.2%	18.2%	63.6%	100.0%	

**Tabela C.9: Correlação motivações para o empreendedorismo**

		Não encontrava emprego	Salário não permitia sobreviver	Criação emprego para familiares	Aumentar rendimento	Melhorar posição na sociedade	Trabalhar por conta própria	Concretização de ideia de negócio	
Kendall's tau_b	Correlation Coefficient	1,000	,143	,214	-,326*	,177	,022	-,058	
	Não encontrava emprego	Sig. (2-tailed)	.	,334	,163	,032	,264	,887	,715
		N	41	39	36	41	37	37	37
	Correlation Coefficient	,143	1,000	,205	,099	,002	,064	,043	
	Salário não permitia sobreviver	Sig. (2-tailed)	,334	.	,144	,491	,988	,653	,766
		N	39	39	36	39	37	37	37
	Correlation Coefficient	,214	,205	1,000	,124	,230	,267	,161	
	Criação emprego para familiares	Sig. (2-tailed)	,163	,144	.	,402	,118	,065	,276
		N	36	36	36	36	35	35	35
	Correlation Coefficient	-,326*	,099	,124	1,000	-,047	-,136	-,029	
	Aumentar rendimento	Sig. (2-tailed)	,032	,491	,402	.	,760	,367	,848
		N	41	39	36	41	37	37	37
	Correlation Coefficient	,177	,002	,230	-,047	1,000	,221	-,280	
	Melhorar posição na sociedade	Sig. (2-tailed)	,264	,988	,118	,760	.	,141	,067
		N	37	37	35	37	37	36	36
	Correlation Coefficient	,022	,064	,267	-,136	,221	1,000	,122	
	Trabalhar por conta própria	Sig. (2-tailed)	,887	,653	,065	,367	,141	.	,406
		N	37	37	35	37	36	39	37
Correlation Coefficient	-,058	,043	,161	-,029	-,280	,122	1,000		
Concretização de ideia de negócio	Sig. (2-tailed)	,715	,766	,276	,848	,067	,406	.	
	N	37	37	35	37	36	37	40	

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Figura C.1: Esquema da entrevista à dirigente do INAPEM

