



**UM RETRATO DO EMPREENDEDORISMO EM MALANJE-ANGOLA**

**Análise de negócios criados entre 2008-2012**

**AMBEKE I LONGA BABY**

**Dissertação de Mestrado**

**Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização**

**Porto – 2014**

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



## **UM RETRATO DO EMPREENDEDORISMO EM MALANJE-ANGOLA**

**Análise de negócios criados entre 2008-2012**

**AMBEKE I LONGA BABY**

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

**Professora Doutora Celsa Maria Carvalho Machado**

**e**

**Mestre Maria Luísa Verdelho Alves**

**Porto – 2014**

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

**Resumo:**

Angola é um país ainda com elevado índice de pobreza mas que nos últimos tempos tem registado uma das maiores taxas de crescimento económico, ainda que também se tenha ressentido da recente crise internacional. Esse crescimento não tem beneficiado igualmente as suas diferentes regiões permanecendo ainda grandes assimetrias e desigualdades regionais. Muitos acreditam que o empreendedorismo, e o seu fomento através de políticas públicas apropriadas, é um caminho para um crescimento económico mais harmonioso em que as diferenças regionais se esbatam. A investigação sobre como esse empreendedorismo se tem concretizado globalmente mas também ao nível das diferentes regiões e o seu impacto sobre o crescimento económico é muito relevante. O objectivo desta dissertação é contribuir para o aprofundamento do conhecimento do perfil do sector empresarial angolano, com um estudo sobre o empreendedorismo focado nas micro, pequenas e médias empresas criadas e registadas no período 2008-2012, no município de Malanje. Para tal, foi elaborado um questionário que foi administrado pessoalmente a empresas registadas no INAPEM de Malanje e que iniciaram a sua actividade nesse período. Concluiu-se que este empreendedorismo foi exercido por indivíduos que em média são mais qualificados academicamente que a população residente, eram maioritariamente trabalhadores por conta de outrem e decidiram criar um negócio motivados sobretudo pelo desejo de ascensão económico-social e também, mas em menor grau, pela impossibilidade de sobreviver com o salário que auferiam. É um empreendedorismo que reproduz a especialização produtiva da região, com muito fraca internacionalização e pouco orientado para a inovação. O empreendedorismo feminino e masculino não mostrou diferenças substanciais mas a maior qualificação e a melhor situação profissional anterior mostraram estar positivamente relacionados com a dimensão do investimento realizado e do volume de negócios gerado.

**Palavras chave:** Empreendedorismo, Pequenas e médias empresas, Malanje, Angola

**Abstract:**

Angola is still a country with a high poverty rate but in recent times has experienced one of the highest rates of economic growth, although it has also resented the recent international crisis. This growth has not really benefited its different regions. It is still remaining large regional disparities and inequalities. Many believe that entrepreneurship and its promotion through appropriate public policies, is a path to a more harmonious economic growth that regional differences need. Research on entrepreneurship has achieved this globally but also in terms of the different regions and their impact on economic growth is very important. The purpose of this dissertation is to contribute to a deeper understanding of the Angolan business sector profile, with a study on entrepreneurship focused on micro, small and medium enterprises created and recorded in the period 2008-2012, in the city of Malanje. To this end, a questionnaire was administered personally to companies registered in INAPEM Malanje and started business in this period was produced. It was concluded that this entrepreneurship was exercised by individuals who on average are more academically qualified than the resident population, workers were mostly for others and decided to create a business motivated primarily by the desire for economic and social advancement and also, but to a lesser degree for the inability to survive on the salary. It is an entrepreneurship reproducing the productive specialization of the region, with very low bit oriented internationalization and innovation. The female and male entrepreneurship did not show substantial differences but for the most qualified and the best previous employment status where found to be positively related to the size of the investment and the volume of business generated.

Key words: Entrepreneurship, Small and Medium enterprises, Malanje, Angola

## **Dedicatória**

*Aos meus filhos Emanuel, Joyce, Graça e Glória, que muito sofreram das minhas repetidas ausências por causas dos estudos em Portugal;*

*A Sandra minha esposa, por todo apoio, sacrifício e confiança a mim dispensados;*

*A família Schummers pela sua amizade inabalável;*

*Dedico essas páginas.*

## **Agradecimentos**

Graça seja rendida a Jireh meu pai celestial pela sua misericórdia para mim!

Expresso a minha mais profunda e sincera gratidão a Professora Doutora Celsa Maria Carvalho Machado pelas orientações, o rigor científico, insights, paciência, tenacidade, incentivo, correções, disponibilidade e a amizade demonstrada para que esta dissertação chegasse a bom porto.

De igual modo agradeço a Mestre Maria Luísa Verdelho Alves pelos seus conselhos que direcionaram a minha estadia em Portugal tal como este trabalho.

Um agradecimento especial a Doutora Maria Clara Ribeiro e a todo o corpo docente do curso de mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização, pelo seu rigor, pela sua competência e comprometimento com a disseminação dos conhecimentos científicos.

Aos companheiros de mestrado: André Ndonganzadi, Vidal Panga, Jabur Solo, pelo apoio e estímulo proporcionado. Pelos momentos memoráveis que muitas vezes trouxeram mais leveza ao dia-a-dia.

Agradeço todas as autoridades da Universidade Kimpa Vita pela oportunidade que nos foi dada de fazer este mestrado em Portugal. Um especial agradecimento ao Magnífico Reitor, o Professor Doutor Carlos Diakanamwa e ao Professor Doutor Pedro Vita, Director da Escola Superior Politécnica do Kwanza-Norte.

Não posso esquecer aqui o Mestre Isarael Cabamba que me apoiou e encorajou-me bastante para que a conclusão deste curso fosse possível.

A amiga Maria Cândida e aos irmãos Kanda Matondo e Matondo Ambeke por todo o apoio durante a conclusão deste trabalho.

E por fim, agradeço a todos os meus amigos, irmãos em Cristo e colegas de trabalho que me incentivaram, deram uma palavra de carinho e me ajudaram a seguir em frente durante o período de elaboração deste trabalho.

A todos e a cada um, o meu sincero “muito obrigado”.

## Lista de Abreviaturas

BAD	Banco Africano de Desenvolvimento
BI	Bilhete de Identidade
BNA	Banco Nacional de Angola
BUE	Balcão Único de Empreendedor
FMI	Fundo Monetário Internacional
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GUE	Guiché Único de Empreendedor
IBEP	Inquérito Integrado sobre o Bem-estar da População
INAPEM	Instituto Nacional de Apoio a Pequenas e Medias Empresas
INE	Instituto Nacional de Estatística
INEFOP	Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional
Kz	Kwanza (moeda nacional de Angola)
MAPESS	Ministério de Administração Pública, Emprego e Segurança Social
MINPLAN	Ministério do Planeamento
MPMEs	Micro, Pequenas e Medias Empresas
ONGs	Organizações Não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
PMEs	Pequenas e Medias Empresas
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

## **Índice Geral**

Resumo .....	ii
Dedicatório .....	iv
Agradecimentos .....	v
Lista de abreviaturas .....	vi
<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I – Considerações gerais sobre o empreendedorismo .....</b>	<b>4</b>
1.1. Aproximação ao conceito do empreendedorismo .....	5
1.2. Empreendedorismo e Crescimento Económico.....	9
1.3. Do empreendedor.....	10
1.3.1 Características do empreendedor.....	10
1.3.2 Principais motivações do Empreendedor.....	12
1.3.3. Educação e Experiencia anterior.....	12
1.3.4 Posição social .....	13
1.3.5 Situação de marginalização.....	13
1.4 Empreendedorismo no mercado angolano.....	13
1.5 Empreendedorismo em África.....	14
<b>Capítulo II – Envoltentes socioeconómicas e institucionais da província de Malanje ...</b>	<b>17</b>
2.1. Situação geográfica e sociodemográfica.....	18
2.2. Situação económica .....	20
2.2.1. PIB .....	20
2.2.2 Emprego .....	21
2.2.3 Setor empresarial .....	22
2.3. Envoltente institucional do empreendedorismo .....	23
2.3.1 Constituição de empresas.....	23
2.3.2 Novos programas e organismos de apoio aos empreendedores.....	24
2.3.3 A formação para o empreendedorismo.....	28
2.4 Conclusão .....	29
<b>Capítulo III – Apresentação e discussão dos resultados .....</b>	<b>30</b>
3.1 Análise descritiva univariada .....	32
3.1.1 Dados sobre o empreendedor .....	32
3.1.2 Dados sobre a empresa.....	37
3.2 Análise bivariada.....	43
3.2.1 Motivações.....	43

3.2.2 Setores de atividades.....	44
3.2.3 Capital inicial e financiamento.....	45
3.2.4 Volume de negócios.....	46
3.2.5 Grau de novidade.....	47
<b>Capítulo IV – Conclusão .....</b>	<b>49</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>51</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>55</b>
Anexo A: Questionário .....	57
Anexo B: Tabelas.....	58

## Índice de tabelas

Tabela 2.1: Taxa de Crescimento do PIB Real.....	20
Tabela 2.2: Estrutura sectorial do PIB .....	21
Tabela 2.3: Estrutura sectorial do PIB por regiões em 2007 .....	21
Tabela 2.4: Empresas em Malanje e Angola .....	22
Tabela 2.5: Alunos que frequentaram a disciplina de Empreendedorismo .....	28
Tabela 3. 1: Repartição dos inquiridos por bairro .....	31
Tabela 3. 2: Características demográficas.....	32
Tabela 3. 3: Empreendedores por qualificações.....	33
Tabela 3. 4: Situação profissional anterior.....	34
Tabela 3. 5: Motivação para o empreendedorismo.....	35
Tabela 3. 6: Anos de actividade da empresa .....	37
Tabela 3. 7: Forma jurídica da empresa .....	37
Tabela 3. 8: Empresas por sector de actividade.....	38
Tabela 3. 9: Empresas por capital inicial (Kz).....	39
Tabela 3. 10: Financiamento.....	39
Tabela 3. 11: Fundos próprios .....	40
Tabela 3. 12: Dimensão inicial e actual das empresas por nº de trabalhadores .....	40
Tabela 3. 13: Volume de negócios (Kz) .....	41
Tabela 3. 14: Localização da actividade produtiva .....	41
Tabela 3. 15: Localização dos clientes .....	42
Tabela 3. 16: Inovação.....	42
Tabela 3. 17: Motivações * Género Crosstabulation.....	72
Tabela 3. 18: Qui-Quadrado e Phi - Empréstimo bancário + Empréstimo familiar e Empréstimo bancário + Apoio amigos.....	73
Tabela 3. 19: Tabela de contingência das variáveis empréstimo bancário e poupança .....	73
Tabela 3. 20: Tabela de contingência das variáveis empréstimo bancário e capital inicial.....	74
Tabela 3. 21: Tabela de contingência das variáveis poupança e capital inicial .....	74
Tabela 3. 22: Correlação motivações para o empreendedorismo .....	75
Tabela 3. 23: Correlação motivações, idade, escolaridade e situação profissional .....	76
Tabela 3. 24: Correlações capital inicial, nível escolaridade, idade e situação profissional anterior .....	77
Tabela 3. 25: Correlações capital inicial e motivações .....	78
Tabela 3. 26: Correlações volume de negócios e motivações .....	78

**Índice de figuras**

Figura 3. 1: Motivação para o empreendedorismo ..... 36



Durante quase três décadas de guerra, Angola viveu num catastrófico marasmo socioeconómico cujas feridas estão longe de estar curadas. As consequências negativas deste passado recente ainda estão presentes a todos os níveis da sociedade: elevados índices de pobreza e analfabetismo, sobretudo nas zonas rurais, persistência de algumas doenças endémicas, desemprego, insuficiência de infraestruturas, etc.

Com o clima de paz criado pelo fim da guerra, a estabilidade política destes últimos treze anos, a implementação pelo governo de várias reformas administrativas que promovem a criação de uma atmosfera de confiança, a vida desta nação renova-se com a esperança de minimizar a pobreza e recuperar a dinâmica social e económica do país.

É claro que a legítima e imperiosa necessidade de reconstruir e desenvolver o país passa imperativamente pela estabilidade política. Todavia, é também imprescindível um desenvolvimento socio- económico de Angola que passe por um processo empreendedor e que se potencie o aparecimento de um tecido empresarial dinâmico e com elevado crescimento. O empreendedorismo tem com certeza um papel essencial no desenvolvimento social e económico dos países em desenvolvimento como Angola. Existem vários factores essenciais para sustentar um empreendedorismo bem-sucedido nomeadamente, a existência de trabalhadores qualificados, capital financeiro, capacidade de gestão, motivação e persistência. Nesse sentido, são muito importantes políticas públicas que promovam a formação e inovação mas também apoiem financeiramente. Uma política pública pró-activa poderá sustentar o desenvolvimento de um empreendedorismo inovador, crucial para a revitalização da economia.

Como afirmam Lévesque e Minniti (2006), o empreendedorismo introduz uma nova dinâmica nos mercados, permitindo a muita gente conseguir emprego, promovendo assim o bem-estar social de todos. Por isso, cada dia que passa, há um crescente interesse dos governos, universidades e investigadores ao nível mundial de fazer estudos sobre o empreendedorismo. Todos reconhecem a contribuição do empreendedorismo na geração de emprego, na revitalização das indústrias estagnadas ou em declínio, no desenvolvimento socioeconómico nos países desenvolvidos. Nos países em via de desenvolvimento, o incentivo da actividade empreendedora é considerado como forma de estimular o desenvolvimento socioeconómico. Neste contexto, o governo angolano tem promovido programas nacionais de incentivo e formação, visando a promoção da actividade empreendedora e sensibilizando a população através dos meios de comunicação social.

Existem ainda poucos estudos sobre que factores determinam o empreendedorismo e de como a actividade empreendedora se concretiza e contribui para o desenvolvimento e crescimento de Angola. Os estudos sobre o empreendedorismo em Angola do GEM (2008, 2010), Zinga (2007) e Mendes (2012) são os mais relevantes que conhecemos. No entanto, são estudos de âmbito nacional onde as diferenças e desigualdades regionais não são analisadas. Nesse sentido, e para colmatar as lacunas de informação que existem ao nível regional, propomo-nos estudar o empreendedorismo em Malanje, uma das províncias em que os índices de pobreza, desemprego e analfabetismo ultrapassam as já elevadas médias

nacionais. Do nosso conhecimento, não existem estudos sobre o empreendedorismo em Malanje, nem sobre qualquer outra província/região de Angola.

O objectivo desta dissertação é então contribuir para o aprofundamento do conhecimento do perfil do sector empresarial angolano, com um estudo sobre o empreendedorismo focado nas micro, pequenas e médias empresas criadas e registadas no período 2008-2012, no município de Malanje. Em concreto, pretende-se conhecer o perfil do pequeno empreendedor em Malanje: saber que características demográficas, qualificações, motivações e situação profissional predominam. Pretende-se também conhecer como se concretizou a sua iniciativa empreendedora, isto é, a que sector de actividade se dedicou, que forma jurídica assumiu, com que investimento inicial e como o financiou ou que internacionalização e inovação promoveu.

Do ponto de visto socioeconómico, este trabalho traz uma informação sobre o mundo empresarial malanjino, caracterizando os seus empreendedores e empresas mais recentes. O investidor estrangeiro que vem para Malanje necessita de informação para melhor perceber o mercado empreendedor malanjino. Este trabalho pretende ser uma dessas das fontes. Esta investigação interessa também ao governo angolano, particularmente ao governo provincial de Malanje, para conhecer o perfil do empreendedor no meio rural, as fontes de financiamento desses empreendedores, e que políticas implementar para os apoiar.

Para a realização desta pesquisa foi elaborado um questionário que foi administrado pessoalmente a 90 proprietários de micro, pequenas e médias empresas do município de Malanje. Essas empresas iniciaram a sua actividade no período 2008-2012 e encontravam-se registadas no INAPEM de Malanje. Dessas 90 empresas contactadas, apenas 76 proprietários aceitaram participar no estudo e concluíram a entrevista. O tratamento dos dados do questionário foi feito recorrendo ao SPSS.

A presente dissertação encontra-se organizada em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, faz-se de forma breve e incisiva, a revisão da literatura referente ao empreendedorismo. Analisa-se algumas abordagens e teorias que servem para explicar o constructo empreendedorismo e estudos realizados anteriormente servindo de ponto de referência para o estudo empírico.

No segundo capítulo, procede-se a caracterização sumária da província de Malanje dentro de Angola, seus envolventes socioeconómicos, dando ênfase aos progressos recentes, em termos macroeconómicos. Neste mesmo capítulo, faz-se também uma breve alusão às políticas adotadas pelo Governo relativamente ao incentivo do empreendedorismo.

No terceiro capítulo, procede-se à apresentação e discussão dos resultados obtidos da realização do questionário.

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

## Capítulo I – Considerações gerais sobre o empreendedorismo

*“ O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX”.*

(Timmons, 1920)

Em Angola, hoje em dia, fala-se muito de empreendedorismo, ainda que, recorrendo, por vezes a outras palavras: Zunga (zungueiro, zungueira), Candonga (candongueiro, candongueira), Quitanda (quitandeiro, quitandeira), Kupapatas, para dar alguns exemplos, duma maneira ou outra remetem também para a ideia de empreendedorismo ou empreendedor. Desde 2009, tem vindo a ser introduzida a disciplina de Empreendedorismo no primeiro e segundo ciclo do ensino secundário. Algumas faculdades nas universidades angolanas têm o Empreendedorismo como nova unidade curricular indispensável em relação a realidade global actual. Em cada município de Angola, o governo criou um “Balcão/Guiché Único do Empreendedor (BUE ou GUE)” para incentivar o empreendedorismo. Mas o que é o empreendedorismo?

As crianças engraxadoras, as “zungueiras” e “quitandeiras” nas ruas das cidades angolanas são empreendedoras? Os “Kupapatas” são empreendedores?

### 1.1. Aproximação ao conceito de Empreendedorismo

As definições de empreendedorismo são abundantes e variadas. Desde logo, porque o termo é usado em áreas muito distintas. Como observa Shane e Venkataraman (2000, p.217), “o empreendedorismo vem-se tornando um amplo rótulo onde estão abrigadas uma miscelânea de pesquisas”.

Segundo Faria e Silva (2011), o termo empreendedor é um neologismo que tem vindo a ser amplamente utilizado, sendo aceite tanto pelos *media* como pela Academia. David (2004, p.30) afirma, porém, que a palavra “empreendedor” é uma derivação de empreender, termo surgido em língua portuguesa no século XV e que tem origem no latim “imprehendere”.

Na literatura económica, foi Richard Cantillon, em 1755, quem utilizou pela primeira vez o termo francês *entreprendre* (Lowe e Marriot 2006). Antes disso, *entrepreneur* tinha outro significado. De acordo com Faria e Silva (op.cit.), até o século XVIII *entrepreneur* era geralmente usado relativamente a expedições militares e significava “assumir empreitada que exigia esforço e muito empenho”. Richard Cantillon usou o termo para explicar a receptividade ao risco na compra de algo por um determinado preço para vender a preços incertos no futuro. Para Cantillon, o empreendedor tem uma função chave no desenvolvimento económico.

Cantillon foi o primeiro a consagrar uma visão clara sobre a função socioeconómica do empreendedor e a assinalar que a ação de empreender está envolvida pela incerteza, sobretudo quanto ao lucro.

Foi entretanto Jean-Baptiste Say, economista francês, que, no início do século XIX, conceptualizou o empreendedor como o individuo capaz de mover os recursos económicos de uma área de baixa produtividade para outra de maior retorno. O empreendedor é responsável por, entre outras coisas, reunir os fatores de produção, estabelecer o valor dos salários, o juro pago, aluguer e lucros que lhe pertencem.

Estes dois pioneiros, Richard Cantillon (1680-1734) e Jean-Baptiste Say (1767-1832) influenciaram toda a teoria sobre o empreendedor que dispomos nos dias de hoje. As suas ideias são ponto de partida obrigatório no início do estudo desse vasto campo.

Mais tarde, o austríaco Joseph Schumpeter (1982), um dos mais importantes economistas do século XX, definiu o empreendedor como a pessoa que reforma ou revoluciona o processo “criativo destrutivo” do capitalismo, através do desenvolvimento de nova tecnologia ou do aperfeiçoamento de uma antiga.

Joseph Schumpeter destacou o modelo dinâmico da economia, em que ocorrem as transformações que geram o desenvolvimento económico, ressaltando o importante papel do empreendedor no processo de inovação. Na sua ótica, empreender implica renovar. E o processo de “destruição criativa” é definido como sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, criando constantemente novos produtos, novos modos de produção, novos mercados, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. O empreendedor é responsável pela realização de novas combinações. Essas combinações podem ser identificadas pela introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bens, introdução de um novo método de produção ou comercialização de bens, abertura de novos mercados, conquista de novas fontes de oferta de matérias-primas ou de bens semi-facturados, e estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, abrangendo, assim, as coisas novas e as novas maneira de se fazer.

Sob este ponto de vista, e tendo em consideração que, segundo Schumpeter (1982), o empreendedor é responsável pela inovação, estes processos podem trazer o estímulo para o desenvolvimento, gerando novas inovações.

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

Sharma e Chrismann (1999, p.121) definem empreendedorismo como “aquele fenómeno que abarca ou engloba atos de inovação, renovação ou criação organizacional e que ocorrem dentro ou fora da organização existente”.

Peter Drucker, citado por Marques (2011, p.25) considera os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar as mudanças. “*Os empreendedores não devem se limitar aos seus próprios talentos pessoais e intelectuais para levar a cabo o ato de empreender, mas mobilizar recursos externos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiencia, para alcançar os seus objectivos*”, defendeu Drucker.

Brush, num artigo que conta com a colaboração de nove autores reconhecidos neste campo de estudo, tentou reunir os diferentes pontos de vista ao indicar que a principal característica do empreendedorismo é o foco na criação: novas parcerias e organizações, novas combinações de bens e serviços, para dar alguns exemplos. Tal criação pode ocorrer a múltiplos níveis de análise (individual ou em equipa, através de novas parcerias e organizações, etc.) e numa grande variedade de contextos (novas parcerias e organizações, em empresas já existentes, empresas familiares, franchisados, etc.) (Brush et al., 2003, pp. 310-311, citado por David, 2004).

No âmbito das ciências empresárias o empreendedorismo reflete, para Lumpkin e Dess (1996, p.143) 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.

Segundo Sílvia et al. (2000), o empreendedorismo é um processo que trata de sete diferentes tipos de criação, não exclusivas entre si, a saber: criação de riqueza, criação de empresas, criação de inovação, criação de mudança, criação de empregos, criação de valor e criação de crescimento.

Com Dolabela (1999), percebemos que o empreendedorismo é uma área bastante abrangente, abrangendo temáticas como a criação de empresas, a geração de autoemprego, intra-empreendedorismo, empreendedorismo social e políticas públicas. O empreendedor pode ser descrito como um indivíduo que possui a habilidade de identificar uma visão projetada do seu negócio que o permite ver além dos limites da restrição de recursos e identificar as oportunidades que outros não seriam capazes de enxergar.

Ao avançar para a caracterização actual do empreendedor, importa desmistificar alguns preconceitos que lhe estão associados, uma vez que, como adverte Saraiva (2011, p. 18) *“(...) ainda impera, junto de algumas frações da população, uma conotação pelo menos parcialmente negativa do empreendedor, ilustrável através de caricatura, que tende a associá-lo a uma certa forma de exercer o patronato”, ela mesma totalmente desajustada da realidade contemporânea (...) que corresponde a uma figura que, longe de ser uma referência modelar, como tal digna de respeito / admiração / vontade de replicação, antes corresponde, erroneamente, a alguém que é visto como “ antipático, autocrático, autoritário, individualista, obcecado por enriquecer às custas de terceiros, que só pensa em dinheiro, etc.!”*.

De acordo com Dornelas (2001, p. 37), *“o empreendedor é aquele que destrói a ordem económica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”*.

Esta atitude associa o empreendedorismo a um conjunto articulado de culturas, atitudes, metodologias, estímulos e ambientes, que visam promover, de forma integrada, a concretização de novos projetos empreendedores, os quais, por sua vez, se podem ilustrar através da condução de ciclos virtuosos englobando Ideia, Conceção e Concretização.

Coloca-se ainda a questão: O que leva os indivíduos a serem empreendedores? Note-se que o empreendedor é definido em termos de comportamentos e atitudes, não por traços de personalidade ou outras características inatas. Ninguém nasce empreendedor, nem com genes empreendedores. O empreendedorismo pode adquirir-se com a formação, com a aprendizagem. Além de motivações próprias, sobre a forma como querem dirigir a vida, há também factores exógenos como a necessidade de ter fontes de rendimento complementares ou uma situação de desemprego, a conduzir ao empreendedorismo. Portanto, não podemos prever quem tem características para ser empreendedor, mas podemos ver quais as

características que temos de trabalhar ou de desenvolver as competências que ainda nos faltam para ser empreendedor.

Os empreendedores são pessoas com atitude e mente para tomar iniciativas, que têm percepção de oportunidades, com ideias, ousados, que sabem transformar conhecimentos em produtos ou serviços, descobrir novas ideias com produtos já existentes, dar vida aos produtos. Destacam-se no mercado dos negócios, através de sua força de vontade transformando sonhos em realidade, gerando assim resultados positivos. Produzem bens ou serviços numa empresa com ou sem fins lucrativos, tomando as decisões que irão nortear o futuro do negócio, assumindo não só riscos pessoais. (Disney, Walt e Brum, 2000, citado por Cynthia, 2012).

O facto do papel do empreendedor surgir habitualmente ligado à descoberta e exploração de novas oportunidades implica “o estudo das fontes de novas oportunidades; o processo de descobrimento, avaliação e exploração das oportunidades e conjunto de indivíduos que as descobrem, avaliam e exploram” (Shane e Venkataraman, 2000, p.218).

Deste modo, vemos que actividade empreendedora é toda aquela que começa com uma ideia de negócio, visão ou sonho, mas que depois, por via de etapas de conceção / implementação, converte esse mesmo sonho inicial em realidade. Abarca, por isso, os mais variados domínios de aplicação. (Saraiva, 2011).

Ferreira et al. (2007, p. 54) deram também particular importância, nas suas obras, à diferenciação e à competição como factores chave no empreendedorismo. Apontam os seguintes exemplos: “*foram atos empreendedores que substituíram a máquina de escrever pelo computador portátil, que trouxeram a máquina de calcular para facilitar operações de cálculo, que suportaram a inovação do motor de exploração, a eletricidade, o telefone, os elevadores, etc.*”

Face à inexistência de consenso na doutrina sobre a definição exata do termo empreendedorismo, e sobre as características do empreendedor, talvez tenha interesse olharmos para a perspectiva de um empreendedor. O empresário brasileiro Ricardo Bellino avança a seguinte definição: “*ser empreendedor é muito mais do que ter vontade de chegar ao topo de uma montanha. É conhecer a montanha e o tamanho do desafio; planificar cada detalha da subida; saber o que você precisa levar e que ferramentas utilizar; encontrar a melhor trilha, estar comprometido com o resultado; ser persistente; calcular os riscos; preparar-se fisicamente; acreditar na sua própria capacidade e começar a escalada*” *apud* Marques (op.cit. p.25).

Sucintamente pode afirmar-se que o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação, com grande motivação, de um novo negócio ou de uma nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio já existente por um indivíduo ou uma equipa de indivíduos.

## 1.2. Empreendedorismo e Crescimento Económico

Actualmente, o empreendedorismo é o combustível para as economias, ao nível mundial, e em particular nas economias em via de desenvolvimento, na medida que exerce um papel crucial na geração de emprego e no combate à pobreza.

A correlação positiva entre a actividade empreendedora e o crescimento económico, a prosperidade e a criação de riqueza, é referida desde há muito.

O estudo desta correlação tem sido aprofundado pelo projeto *GEM (2010): Global Entrepreneurship Monitor*, que é, até este momento, o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras. O projecto GEM é uma avaliação periódica da actividade empreendedora, aspirações e dificuldades dos indivíduos num largo conjunto de países. O seu objectivo é o de analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico, determinando as condições que estimulam e travam as dinâmicas empreendedoras em cada país, através de monitorizações constantes aos países envolvidos no projecto, com estudos como o que está em análise na presente dissertação.

O GEM (2010, p.4) define o empreendedorismo como “ *qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos*”.

De acordo com o GEM podem ser identificadas três componentes principais do empreendedorismo: a atitude empreendedora, a actividade empreendedora e a aspiração empreendedora. Estas componentes encontram-se interligadas através de circuitos complexos, com relações de causa e efeito entre si. Por exemplo, uma atitude positiva relativamente ao empreendedorismo pode aumentar a actividade empreendedora e as aspirações empreendedoras, o que por sua vez afeta de maneira positiva a atitude, na medida em que vão surgindo mais referências ou modelos positivos. As aspirações positivas podem mudar a natureza da actividade e, por sua vez, mudar a atitude.

A atitude empreendedora é a postura adotada face ao empreendedorismo. Para dar um exemplo, uma atitude relevante é o risco que os indivíduos podem estar dispostos a correr ou a sua percepção das próprias competências, conhecimentos e experiência para a criação de um negócio.

Esta atitude empreendedora pode influenciar a actividade empreendedora, mas também pode ser influenciada por esta. Por exemplo, a legitimação do empreendedorismo numa sociedade, sendo refletida numa atitude empreendedora positiva, pode ser influenciada pelo facto de as pessoas conhecerem alguém que criou um negócio recentemente. Indivíduos que conhecem situações próximas de criação recente de um negócio poderão, pela familiaridade que têm com o processo, estar mais predispostos para o ver como sendo legítimo.

A atitude empreendedora é importante porque reflete o sentimento geral da população relativamente aos empreendedores e ao empreendedorismo. É fundamental que os países tenham pessoas, por um lado, capazes de reconhecer oportunidades de negócio valiosas e,

por outro lado, capazes de perceber que detêm as competências necessárias para explorar estas oportunidades. Para além do mais, se a atitude nacional relativamente ao empreendedorismo for positiva, irá contribuir para gerar apoio cultural, recursos financeiros e benefícios em rede para os empreendedores ou para as pessoas que querem criar um negócio.

### **1.3.Do empreendedor**

#### **1.3.1. Características do empreendedor**

A revisão da literatura sobre o empreendedorismo atrás efetuada permite agora identificar as principais características do empreendedor.

A inovação é a característica mais destacada. Podemos dizer que a inovação é o processo de tornar a invenção num produto comercializável. E Drucker (1985, citado por Caetano) afirma que a inovação é a principal ferramenta do empreendedor e é, também, o que caracteriza principalmente o seu comportamento.

A indiferença relativamente aos erros serve também de vantagem para ultrapassar de modo criativo as barreiras e identificar novas oportunidades de negócios.

E também se deve mencionar a curiosidade e a atenção ao desenvolvimento de novas tecnologias.

Os empreendedores têm também um elevado nível de autoconfiança, acreditando que são capazes de controlar os eventos da sua própria vida, e que o seu êxito é fruto do seu próprio esforço. Com efeito, a evidência empírica revela o nível de autoconfiança está correlacionado com o sucesso do empreendedor Brockhaus (1980, citado por Marques, op.cit).

Schumpeter (1934) considera o empreendedor como o catalisador da mudança, um indivíduo imaginativo e original, que introduz novos métodos de produção, e que está aberto a novas experiências.

Há outras características que também podiam ser consideradas: o entusiasmo, a elevada capacidade de trabalho, a orientação para os objectivos, a flexibilidade e polivalência.

Reveste especial interesse a posição do (MAPESS 2012, p.7) sobre esta temática. Esta publicação do ministério angolano de administração pública, emprego e segurança social faz o seguinte resumo das qualidades do empreendedor:

<b>1º Focalização nos resultados</b>	O empreendedor orienta o seu comportamento para o resultado pretendido.
<b>2º Sentido de responsabilidade</b>	O empreendedor utiliza os recursos de forma responsável para atingir aquilo a que se propôs.
<b>3º Riscos controlados</b>	O empreendedor assume riscos controlados, não assumindo uma postura de resultados aleatórios.
<b>4º Percepção da probabilidade de êxito</b>	O empreendedor assume uma postura segura e confiante no caminho para os seus objectivos.
<b>5º Capacidade de trabalho</b>	O empreendedor é uma pessoa de acção, focada no «fazer» e na gestão de situações e problemas.
<b>6º Orientação para o futuro</b>	O empreendedor possui uma visão clara e objetiva do futuro, fixando resultados e procurando oportunidades.
<b>7º Facilidade de organização</b>	O empreendedor demonstra capacidade de organizar tarefas e gerir pessoas que colaboram consigo.

Ainda segundo o MAPESS (op.cit., p.12), para melhor assegurar o seu futuro e o sucesso do seu negócio, o empreendedor deverá ter três requisitos fundamentais:

a) Capacidade de execução

Não basta ter boas ideias ou manter várias actividades em simultâneo. O bom empreendedor deve revelar capacidade de execução e ser capaz de «fazer». Muitas vezes, boas ideias de menos bons empreendedores são ultrapassadas por outros mais capazes de as colocar em prática!

b) Focalização nos objectivos

Não basta saber fazer! Um empreendedor deve associar à capacidade de concretização uma focalização nos objectivos, ou seja, deve ter uma ideia clara quanto aos objectivos que pretende alcançar. Face à adversidade, é fundamental lidar com os desafios e problemas que se possam encontrar, mas nunca esquecendo os objectivos que devem estar fixados e que devem ser alcançados!

c) Capacidade de tomar decisões

Um empreendedor deve ter a capacidade de tomar as suas próprias decisões, revelando iniciativa pessoal. Geralmente não assume riscos desmedidos, mas riscos calculados em função dos objectivos que constrói e atualiza para si próprio e para o seu negócio.

### **1.3.2. Principais motivações do Empreendedor**

Após ter abordado as principais características identificadas e citadas pela doutrina como determinantes do comportamento empreendedor, convém agora analisar os factores motivacionais que também influenciam o comportamento empreendedor. Dentre estes factores, merecem especial destaque: a necessidade de auto-realização, a independência, situação de desemprego ou necessidade de segurança, educação e experiência anterior, posição social e situação de marginalização.

#### **1.3.2.1. Necessidade auto-realização**

De acordo com Cynthia (2012), a auto-realização contribui para a decisão de o indivíduo se tornar empreendedor. O empreendedor é um indivíduo naturalmente livre, curioso, vive e reage conforme as variações contextuais que geram incertezas. Os indivíduos tendem a ser empreendedores porque se orientam por determinados valores que entram em conflito com os seus anteriores empregadores. Cynthia (2012, op.cit) argumenta que o empreendedor atua por si só e necessita menos de apoio do que indivíduos não empreendedores.

#### **1.3.2.2. Independência/ Autonomia**

Os empreendedores tendem também a ser autónomos e independentes. O indivíduo torna-se empreendedor porque é motivado principalmente por razões materiais e financeiras. Devido à necessidade de obter mais rendimentos, indivíduos com elevado espírito empreendedor são motivados a criar e gerir negócios do que trabalhar por conta de outrem.

#### **1.3.2.3. Situação de desemprego ou Necessidade de segurança**

Os empreendedores também têm motivações sociais: a existência de poucos postos de trabalho remunerados, a situação de desemprego, ou facto de ser despedido de uma organização, ou ainda o abandono voluntário da empresa por insatisfação (MAPESS. 2012). A insegurança com a sua condição de vida pode levar os indivíduos a tornarem-se empreendedores a fim de melhorarem as condições de vida.

### **1.3.3. Educação e Experiencia anterior**

Cuervo (2005) argumenta que a educação em termos de formação aumenta a expectativa de o indivíduo obter o retorno desejado. A experiência e a capacidade desenvolvidas ao longo do tempo é um determinante principal para identificar e explorar oportunidades de negócio.

Em contraste, Kiggundu (2002, citado por Mendes, op.cit.) considera que a associação entre a educação e a experiência do indivíduo com o sucesso empreendedor tem revelado resultados mistos e contraditórios. Por exemplo, num estudo realizado na Zâmbia, segundo Marques (2011), Keyser, Kruij e Frese (2000) não encontraram uma associação

estatisticamente significativa entre a formação e a experiência de trabalho com o sucesso empresarial. No entanto, os autores são unânimes em considerar que os empreendedores que apresentavam boas ideias e organização de modo mais lógico tendem a ter mais êxito.

#### **1.3.4. Posição social**

Alguns empreendedores criam as suas empresas porque pretendem obter prestígio e um estatuto por terem os seus próprios negócios. Cuervo (2005, op.cit.) argumenta que a posição social e as relações com outros membros da sociedade facilitam a decisão de o indivíduo explorar oportunidades de negócios porque os indivíduos com elevado estatuto social estão mais susceptíveis a convencer os outros dos benefícios de determinado projecto, têm melhor acesso aos recursos necessários, baixo custos de transação e podem diversificar mais facilmente o risco nas decisões de investimento.

#### **1.3.5. Situação de marginalização**

Finalmente, a actividade empreendedora está associada a existência de grupos marginalizados, minorias não integradas que contribuem para a emergência de empreendedores. Por exemplo, os Oestes Africanos (Senegaleses, Malianos, Nigerianos, ...) Árabes, Chineses, Vietnamitas, etc. em Angola.

De facto, a imigração tem um impacto positivo na emergência de novos empreendedores. A maioria dos membros deste grupo sentem-se discriminados, marginalizados socialmente, por quase todas as sociedades e tentam entretanto emergir desta situação através de uma actividade empreendedora, como meio de ultrapassar dificuldades e atingir um estatuto social, com o apoio da família ou grupo como garantia da sua actividade e fornecimento de redes de relações. Ou seja, a actividade empreendedora é um meio de mobilidade social, típica das sociedades abertas onde as pessoas com poucos privilégios ou recursos podem ascender de um patamar para outros patamares superiores, sendo o caso particular dos imigrantes que hoje em dia, criaram empregos para os angolanos.

### **1.4. Empreendedorismo no mercado Angolano**

Angola apresenta necessidades prioritárias na construção das infraestruturas sociais e reabilitação das infraestruturas rodoviárias, como estradas e pontes, bem como das estruturas ferroviárias. Recuperar as infraestruturas administrativas é outra prioridade como forma de se criarem as condições para que as pessoas regressem às suas origens, de modo a que as comunidades locais estejam apetrechadas para prestar os serviços de saúde, educação, sociais e outros.

Por outro lado, o país tem que entrar no ramo do desenvolvimento geral e equitativo não só no tocante aos aspetos económicos ligados à produtividades e eficiência empresarial, mas também ao nível do bem estar social, através da melhoria das condições de habilitação,

transporte, saneamento básico, saúde e educação públicas, reduzindo assim o número daqueles que vivem abaixo da linha de pobreza.

O Governo Angolano, através da concessão de um conjunto alargado de incentivos fiscais ao investimento, visa promover o desenvolvimento prioritário de regiões desfavorecidas, a reabilitação e a modernização das infra-estruturas, o aumento da produção de bens de primeira necessidade, bem como o desenvolvimento tecnológico e científico.

Actualmente estão a ser implementadas diversas reformas em Angola, tanto a nível regional como a nível nacional, visando a melhoria das condições existentes e o impulso do sector privado no país. **Neste contexto, o empreendedorismo é reconhecido como um fator crítico para o desenvolvimento contínuo de Angola**, uma vez que os empreendedores fomentam a inovação e a competitividade, operando como catalisadores das mudanças estruturais na economia e impelindo as empresas a melhorar a sua produtividade.

Assim, assume-se como essencial estimular a actividade empreendedor da população Angolana, de modo a permitir o crescimento de negócios novos e inovadores, contribuindo assim para reduzir a dependência do país relativamente ao petróleo e mantendo as mais elevadas taxas de crescimentos a nível mundial.

Conforme referido no relatório nacional de Angola (2008), e neste contexto, o empreendedorismo é conhecido como um fator crítico para o desenvolvimento contínuo de Angola, uma vez que os empreendedores fomentam a inovação e a competitividade, operando como catalisadores das mudanças estruturais na economia e impelindo as empresas a melhorar a sua produtividade.

### **1.5. O empreendedorismo em África**

O empreendedorismo, em todas as suas formas, constitui uma das melhores ferramentas para promover o desenvolvimento social e económico dos países em desenvolvimento.

De acordo com Lingelbach et al (2005, citado por Marques, op.cit.) *o empreendedorismo em países em desenvolvimento difere daquele que é praticado em países desenvolvidos, e a compreensão dessas diferenças é crucial para o desenvolvimento do empreendedorismo nos países em desenvolvimento.*

Uma característica importante a reter dos países em desenvolvimento é o facto de quase todos os empreendedores o serem por obrigação, como forma de sobrevivência, e não guiados pelo desafio, pelo berço ou pelo desejo de independência. Além disso, a maioria tem baixo nível de escolaridade.

Dogui (2009) declara que, desde o início dos anos 2000, o empreendedorismo em África tem apresentado um forte crescimento. Contudo, esse desenvolvimento não se irradiou por todos os setores do mercado e de modo frequente, parece limitar-se à prestação de serviços e ao comércio. A África possui 65 milhões de PME's, apesar disso ainda está trabalhando com afinco para desenvolver uma classe de empresários locais para gerir atividades estratégicas, especificamente exportação de matérias-primas agrícolas, mineração,

transportes e prestação de serviços públicos, nas quais o mercado frequentemente lança mão de gestores estrangeiros.

Simultaneamente, o entusiasmo dos investidores com a África, que muitos veem como o mais recente Eldorado para os que procuram uma alternativa aos mercados asiáticos, influencia as políticas dos governos locais que estão interessados em desenvolver seus setores privados. O Banco Mundial indica que as reformas levadas a efeito pela maioria dos governos africanos aperfeiçoou o ambiente para os negócios nos domínios administrativo, fiscal e regulatório.

Numerosos académicos examinaram a influência das práticas culturais a fim de compreender a aventura empresarial na África. Suas pesquisas conduziram-nos a levar em consideração o peso de valores culturais e de princípios arraigados na psique dos homens de negócios africanos para avaliar o sucesso dos empresários.

Um dos problemas é a questão da irracionalidade das escolhas económicas dos dirigentes empresariais africanos, face à pressão social da etnia ou das suas famílias estendidas. Noutros termos, uma pessoa pode iniciar um negócio, mas os membros da família estendida podem considerar que a empresa é de todos. O lado negativo deste problema é muitas vezes a dificuldade na gestão para o crescimento da empresa.

Tshikuku (2011), professor do Instituto de Pesquisa Económica e Social (IRES) da Universidade de Kinshasa, explica que a lógica empresarial está a obrigar os formuladores de políticas africanos a fazer uma escolha difícil entre os valores fundamentais de sua civilização (solidariedade familiar, bem-estar do próximo e formas espontâneas de apoio) e a administração empresarial, vinculada à busca de lucro desprovida de respeito humano. As bases do capitalismo, utilitarismo e individualismo, encontram grande resistência no inconsciente africano. Como melhor explicam as palavras de Tshikuku: *“a África e os africanos não são culpáveis por nenhum pecado de irracionalidade. Os fatores culturais encontram-se noutro lugar, no que concerne os problemas do desenvolvimento. Eles estão inteiramente na distinção feita por cada cultura entre os “valores fundamentais da civilização” e os “valores instrumentais”. Do ponto de vista estritamente cultural, dois sistemas estão competindo pela consciência das pessoas e pela alocação de recursos. [...] Colocando de maneira mais clara, a África está navegando entre dois sistemas concorrentes de cultura, o sistema arcaico de gestão de recursos humanos e a (revolucionária?) administração de bens. As razões de existência e de ação ainda não perderam completamente suas raízes no sistema pré capitalista e ainda não se enraizaram no sistema capitalista. O antigo contexto de solidariedade não se desintegrou totalmente, o novo contexto de individualismo capitalista não terminou sua marcha”*( p.3).

É ainda Tshikuku que esclarece que o crescimento sustentado do PIB do continente durante a última década indica que o capitalismo, racional e individualista, instala-se de maneira progressiva ainda que desigual sobre todo o continente. Ele penetra a consciência coletiva na mesma proporção da eficiência e mesmo da agressividade das reformas levadas a cabo pelos governos para dinamizar o setor privado. A governança corporativa tornou-se um

tema central para a comunidade empresarial. Mas saberão os empresários africanos como integrar os princípios da governança corporativa para colocar o procedimento solidário e a primazia do grupo sobre o indivíduo a serviço da empresa? O empreendedorismo em África tem que saber combinar solidariedade e crescimento.

Na mesma linha de ideias, Amadou Abdoulaye Diallo, ex-Ministro do Investimento, Indústria e Comércio do Mali destaca que a África é o exemplo por excelência do paradoxo. Para Diallo (2012), na década passada o ambiente socioeconómico na África era considerado desfavorável à criação e ao desenvolvimento de empresas. Com efeito, em alguns países a estrutura do sistema legal empresarial é pouco estimulante devido à dificuldade de acesso ao crédito, ao acesso difícil a informações sobre oportunidades de negócios, à falta de apoio a jovens empresários (inexistência de incubadoras de empresas) e à insuficiência de mão-de-obra qualificada para a gestão de empresas. Junte-se a isso a falta de estratégia política.

Contudo, há alguns anos, países africanos como o Mali iniciaram reformas importantes para facilitar a criação de empresas e oferecer um clima favorável ao desenvolvimento empresarial tomando em conta as diversidades culturais no país.

Nos Camarões, Richard Ewelle, fazendo uma profunda reflexão sobre a cultura e o empreendedorismo na África, conclui (corroborando com Diallo e Tshikuku) o seguinte: *“O desenvolvimento empresarial na África passará pela criação de um conceito de empreendedorismo africano e não necessariamente pela cópia do existente no exterior. Devemos associar as melhores práticas ocidentais em matéria de criação de empresas ao contexto e aos conceitos africanos. O conceito de empreendedorismo africano será baseado na valorização da cultura africana e também no desenvolvimento solidário impulsionando o ambiente socioeconómico”* (Ewelle, 2011, p.2).

O empreendedorismo é um termo polissémico. Nesta dissertação iremos o entender simplesmente como o facto de criar um negócio benéfico tanto para o próprio iniciador como para a comunidade ou a sociedade. Contudo, embora que hoje em dia fala-se muito de empreendedorismo, não podemos esquecer que existem “empreendedores” desde o início da humanidade. E desde sempre, a maioria dos africanos tem sobrevivido do empreendedorismo por necessidade.

## Capítulo II – Envolventes socioeconómicas e institucionais da província de Malanje

*"Tenha o anzol sempre preparado; na lagoa onde você menos espera,  
irá encontrar um peixe"*

*Publius Ovidius Naso (Poeta romano s. XVII)*

Neste capítulo far-se-á a caracterização das principais envolventes sócio-económicas e institucionais que potencialmente condicionam o empreendedorismo em Malanje.

## 2.1 Situação geográfica e sociodemográfica



Fonte: Google map.

Malanje é uma das 18 províncias de Angola e localiza-se no norte de Angola. Esta província tem uma superfície de 97 602 Km<sup>2</sup> e população estimada de 911 000 habitantes em 2003, de acordo com o Ministério da Administração do Território de Angola (MAT).<sup>1</sup> Está limitada pela província de Kwanza Norte a oeste, pela província de Uíge a norte, com a República Democrática do Congo a nordeste, com a província de Lunda Norte a leste, Lunda Sul a sudeste, Bié a sul e com a província de Kwanza sul a sudeste.

Por sua vez, a província de Malanje divide-se em catorze (14) municípios: Kacuso, Kalandula, Kangandala, Lukembo, Massango, Marimba, Kiwaba-Nzaji, Kunda dia Base, Kambundi Katembo, Kakulama, Kirima, Kaombo, Kela e tem por capital “Malanje”, cidade e município do mesmo nome (município do nosso estudo). Segundo o MAT, o município de

<sup>1</sup> Os dados sobre a população angolana fornecidos por diferentes fontes apresentam grandes discrepâncias. Optou-se pela informação disponibilizada no sítio do Ministério da Administração do Território de Angola porque desagrega a informação sobre a população da província de Malanje por municípios, ainda que a informação se reporte apenas ao ano de 2003. O cruzamento de informação recolhida em diversas fontes permite-nos concluir que a população actual na província de Malanje é inferior ao estimado para 2003. Segundo o IBEP (2011) estima-se que a população residente na província de Malanje tenha diminuído 33% entre 1991 e 2009. O INE estima a população da província de Malanje em 745 666 habitantes, com base numa projecção da população para o período 2009-2015.

Malanje tem 2 422 Km<sup>2</sup> de superfície e uma população estimada de 287 241 habitantes em 2003.

De acordo com inquérito realizado pelo INE em 2008-2009 para o estudo sobre o bem-estar da população angolana (INE, 2011), a população da província de Malanje, tal como a população para o conjunto do território angolano, é constituída por 49% de homens e 51% de mulheres. A província de Malanje, tal como a globalidade do país, tem uma população extremamente jovem: cerca de 49% da população está abaixo dos 15 anos de idade, 48% estão entre os 15 e os 64 anos e apenas 3% têm idade acima dos 64 anos. A proporção de analfabetos na província de Malanje é de 47% e ultrapassa a já elevada média nacional (34%). A incidência do analfabetismo sobre as mulheres é muito superior: em Malanje, a taxa de analfabetismo das mulheres (73%) é mais do dobro da dos homens e é superior à média nacional (48%). Dos residentes em Malanje com idade superior ou igual a 18 anos, somente 62% alguma vez frequentou a escola e desses, mais de dois terços (69%), possuem apenas o ensino primário concluído. A proporção da população com níveis mais avançados de estudos é claramente inferior à média nacional. Em particular, a percentagem de licenciados em Malanje é de apenas 0.6% quando a nível nacional essa percentagem é de 4.1%, devido ao facto de, nesta província, o ensino superior ser ainda muito recente.

A maioria da população angolana vive abaixo da linha da pobreza definida pelas Nações Unidas. Um estudo feito pelo INE sobre o bem-estar da população angolana cinco anos após o fim da guerra (INE, 2007) estimava que 65% da população angolana vivia numa situação de pobreza. Usando uma metodologia diferente de cálculo do índice de pobreza, o IBEP 2008-2009 (INE, 2011) estima que a incidência da pobreza em Angola é 37%, sendo que na região Centro Norte, da qual faz parte a província de Malanje, essa percentagem sobe para 53%. Nesta região, a incidência da pobreza no meio rural é praticamente o dobro (64%) da observada no meio urbano (34%). Registe-se que o município de Malanje, objecto do nosso estudo, apesar de incluir a capital da província de Malanje, é maioritariamente rural.

Outros estudos confirmam as dificuldades vividas pela população de Malanje. Por exemplo, no relatório económico de Angola de 2009, elaborado pelo Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola (CEIC/UCAN, 2010), estima-se uma taxa de pobreza para a província de Malanje de 78% em 2006, superior à média nacional em 9 pontos percentuais.

Como afirma Alves da Rocha, a propósito da região Centro-Leste onde se inclui a província de Malanje:

*“A região Centro-Leste quase que abarca 55% da extensão territorial total, sendo algumas das suas principais características o subdesenvolvimento económico, o atraso social e os índices de fome e de pobreza bem acima da média nacional. Apesar de ser a região por excelência produtora de diamantes, a doença holandesa parece ter espalhado os seus nefastos efeitos, verificando-se um atrofiamiento geral na actividade de todos os outros sectores da economia real e uma marginalização das preferências regionais do investimento privado e público empresarial. É nesta região que se encontra a denominada Angola profunda ou seja a Angola desfavorecida, mesmo esquecida e onde estão os tais cidadãos de terceira categoria, se atendermos aos respectivos níveis e condições de vida” (Rocha, 2010, p.27).*

## 2.2 Situação Económica

### 2.2.1 PIB

O estudo realizado sob a égide do Banco Africano de Desenvolvimento sobre o perfil do sector privado de Angola (Jover *et al.*, 2012, p.7) regista que “Angola tem uma economia próspera e um dos índices de crescimento mais rápidos, com uma taxa de crescimento média do PIB real de 11.6% ao longo da última década” e que o país se classifica entre as economias com as mais rápidas taxas de crescimento do mundo. Este elevado crescimento alicerça-se na estabilidade política conseguida com o fim da guerra, no crescimento da produção e exportação de petróleo com preços internacionais em alta o que, por sua vez, permitiu o financiamento da reconstrução de Angola e estimulou o desenvolvimento de um sector privado não-petrolífero.

De acordo com os dados obtidos do Banco Nacional de Angola (BNA, 2013) presentes nas tabelas 2.1 e 2.2, o crescimento real do PIB angolano abrandou na sequência da crise mundial de 2008-2009: passou-se de um crescimento a dois dígitos para um crescimento a um dígito no período 2008-2012, ainda que com tendência crescente. O sector petrolífero perdeu relevância enquanto a construção, a indústria transformadora e os serviços mercantis foram os sectores que mais ganharam peso no PIB (cf. Tabela 2.2, anos 2008 e 2012).

**Tabela 0.1: Taxa de Crescimento do PIB Real**

Taxa de Crescimento do PIB Real (%)	PERÍODO					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agricultura	27,4	1,8	29,0	6,0	9,2	-22,5
Pescas e Derivados	9,7	-2,4	-8,7	1,3	17,2	9,7
Diamantes e Outros	2,7	-8,2	4,6	-10,3	-0,7	0,3
Petróleo	20,4	12,3	-5,1	-2,9	-5,6	4,3
Indústria Transformadora	32,6	11,0	5,3	10,7	13,0	14,0
Construção	37,1	25,6	23,8	16,1	12,0	11,7
Energia	8,6	26,1	21,3	10,9	3,5	10,4
Serviços Mercantis	21,8	26,9	-1,5	8,7	9,5	13,4
Outros	4,5	1,9	5,9	4,7	9,6	8,3
<b>PIB a preços de mercado</b>	<b>23,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,9</b>	<b>7,5</b>

Fonte: MINIPLAN

**Tabela 0.2: Estrutura sectorial do PIB**

Estrutura Percentual (%)	PERÍODO					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agricultura	7,7	6,6	10,2	9,9	9,3	7,0
Pescas e Derivados	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Diamantes e Outros	1,8	1,1	0,9	1,0	0,8	0,8
Petróleo	55,8	57,9	45,6	46,0	48,6	46,9
Indústria Transformadora	5,3	4,9	6,2	6,3	6,1	6,8
Construção	4,9	5,2	7,7	8,1	7,9	8,6
Energia	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Serviços Mercantis	16,9	17,9	21,2	21,0	19,9	22,1
Outros	7,2	6,1	7,8	7,4	7,0	7,4
<b>PIB a custos de factores</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>PIB a preços de mercado</b>	<b>102,00</b>	<b>102,5</b>	<b>102,5</b>	<b>102,5</b>	<b>102,4</b>	<b>102,3</b>

Fonte: MINIPLAN

As assimetrias regionais são também acentuadas na repartição provincial do PIB angolano. De acordo com as estimativas apresentadas por Rocha (2010), o PIB da província de Malanje representava em 2007 apenas 2% do nacional enquanto Luanda concentrava 75% do PIB nacional. A fraca densidade populacional da província de Malanje explica que a diferença entre o PIB por habitante em Malanje (1960.4 dólares) e no conjunto do território (3422.4 dólares) não seja tão acentuada. A repartição sectorial do PIB por regiões apresentada na tabela 2.3 permite concluir que a região Centro-Leste, da qual faz parte a província de Malanje, concentra a sua actividade produtiva nos serviços mercantis (43%), agricultura e pescas (34%) e indústria transformadora (12%).

**Tabela 0.3: Estrutura sectorial do PIB por regiões em 2007**

2007	Luanda/Bengo	Norte	Centro-Leste	Centro-Oeste	Sul
<b>Agricultura e Pescas</b>	2%	33%	34%	34%	21%
<b>Indústria Extractiva</b>	65%	8%	0%	31%	0%
<b>Indústria Transformadora</b>	5%	13%	12%	8%	18%
<b>Energia e Água</b>	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Construção</b>	5%	7%	2%	5%	12%
<b>Serviços Mercantis</b>	16%	32%	43%	18%	41%
<b>Outras Actividades</b>	8%	7%	8%	4%	8%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Rocha (2010)

### 2.2.2 Emprego

A taxa de desemprego em Angola é em geral considerada elevada mas existem discrepâncias nos valores avançados por diferentes fontes estatísticas. Rocha (2010) apresenta uma estimativa para a taxa de desemprego em Angola em 2007 de 29.4%. A região da qual faz parte a província de Malanje (região Centro-Leste) é a que regista maior taxa de desemprego (36.4%). A segmentação da população empregada por tipo de emprego – emprego público, emprego empresarial e emprego na agricultura que contempla o emprego informal – revela a predominância do emprego no sector agrícola: no conjunto do território este

sector ocupava, em 2007, 84% do total dos empregados enquanto na região Centro-Leste essa proporção passa para 93%. O emprego público representava 5% do emprego na região e nacionalmente e o emprego empresarial revela ser completamente marginal (3%) na região que abarca o município objeto do nosso estudo.

### 2.2.3 Sector empresarial

Os dados do INE, reportados na tabela 2.4, sobre as empresas em actividade no período 2008-2011 segundo a forma jurídica permitem concluir pelo forte dinamismo do empreendedorismo a nível nacional e, ainda mais acentuadamente, na província de Malanje. Efetivamente, entre 2008 e 2011, o número de empresas em actividade cresceu 24% no território nacional e 40% em Malanje. As empresas em nome individual são dominantes – cerca de quatro quintos das empresas em actividade em Malanje e dois terços das empresas no território nacional – mas, o seu peso diminuiu ligeiramente no período, em favor das sociedades.

**Tabela 0.4: Empresas em Malanje e Angola**

Empresas em actividade		Malanje	Angola
2008	Individual	434	18214
	Sociedade	96	9196
	Cooperativa	0	50
	<b>Total</b>	<b>530</b>	<b>27460</b>
2009	Individual	492	19392
	Sociedade	130	11644
	Cooperativa	0	34
	<b>Total</b>	<b>622</b>	<b>31070</b>
2010	Individual	539	20492
	Sociedade	145	12872
	Cooperativa	0	45
	<b>Total</b>	<b>684</b>	<b>33409</b>
2011	Individual	590	20928
	Sociedade	152	13168
	Cooperativa	0	45
	<b>Total</b>	<b>742</b>	<b>34141</b>

Fonte: INE Angola

Rocha (2010) apresenta estimativas da estrutura empresarial por sector de actividade e região para os anos 2003 e 2007. De acordo com as mesmas, os serviços mercantis (comércio, reparação de veículos, hotelaria e restauração, transportes, armazenagem e comunicação actividades financeiras e imobiliárias, serviços de educação e saúde privados) concentram mais de 3/4 das empresas e na região Centro-Leste, que inclui o município objeto do nosso estudo, esse rácio é o mais elevado, atingindo os 84% em 2007. A indústria transformadora é o segundo sector de actividade na hierarquia do número de empresas, concentrando entre 8% de total das empresas no Centro-Leste e 14% no Norte, enquanto a agricultura e pescas é o terceiro (6% das empresas no Centro-Leste). Segundo o mesmo estudo, a dimensão média

das empresas em mão-de-obra a operar no Centro-Leste (6 trabalhadores) é menor do que nas outras regiões, sendo a média nacional 19 trabalhadores em 2007.

## **2.3 A envolvente institucional do empreendedorismo**

### **2.3.1 Constituição de empresas**

A constituição de empresas em Angola é enquadrada pela Lei das Sociedades Comerciais (Lei n.º 1/04, de 3 de Fevereiro), que define, entre outros aspectos: a forma jurídica de que as sociedades se podem revestir; elaboração e alteração dos Pactos Sociais, aumento e 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 (MAPESS, op.cit, p.34).

Tendo em conta os trâmites burocráticos de que a criação de uma empresa em Angola se reveste; a morosidade dos processos envolvidos e os procedimentos a cumprir após a sua constituição, foi necessário um apoio jurídico competente e experiente no mercado em que a empresa vai desenvolver a sua actividade.

Por esta razão, foi constituído em 2003, Angola, o Guichet Único da Empresa (GUE), que se assume como um centro de formalidades de empresas, e que se encontra apto a acompanhar o empreendedor ao longo de todo o processo, desde a obtenção da designação social até à entrada em funcionamento da empresa.

Quanto aos custos envolvidos no processo de constituição de empresas em Angola, eles encontram-se definidos nos Decretos Executivos Conjuntos n.º 50/03, de 9 de Setembro (Tabela de Emolumentos do Registo Comercial) e n.º 52/03, de 9 de Setembro (Tabela de Emolumentos dos Actos Notariais).

Na eventualidade de o empreendedor recorrer ao GUE, aos emolumentos atrás referidos acresce a tabela de honorários do próprio Guichet, definida no Decreto n.º 125/03, de 26 de Dezembro: constituição de empresas – USD 300,00; alteração do pacto social e extinção de empresas – USD 100,00.

Da fonte do MAPESS supracitada, constata-se a existência de doze passos burocráticos para constituir uma empresa em Angola. Qualquer empreendedor em Malanje deve seguir estes passos.

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 actividade: 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 actividade e a localização da empresa. O prazo é imediato.

5º Registo da Actividade 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.

### **2.3.2 Novos programas e organismos de apoio aos empreendedores**

Em 2009, no seu Programa de Governo, como refere Mendes (2011, p.27), o governo angolano lançou o programa PROGREDIR; um programa integrado de apoio às micro e pequenas empresas (MPEs) que contempla ações de incentivo ao surgimento de associativismo local, ações de apoios tecnológicos aos projetos, ações para legalização de

empresas, etc., com garantia da boa execução dos projetos. Desde este ano, foram planeados e postos em prática planos com os seguintes objectivos:

- a) Incentivar a associação de grandes, médias e pequenas empresas angolanas;
- b) Criar estímulos para empresas angolanas alcançarem competitividade internacional;
- c) Apoiar as empresas angolanas para alcançarem diferenciação e qualidade em seus produtos;
- d) Estimular a formação de alto nível do empresariado e gestores de empresas;
- e) Constituir parcerias com universidades de renome internacional para implantação de “escolas de negócios” (Business Schools) para formação empresarial;
- f) Conceder financiamento a projectos estruturantes;
- g) Privilegiar, no processo de privatização de empresas públicas, as empresas com controlo de capital nacional;
- h) Conceder incentivos fiscais a empresas controladas por angolanos;
- i) Estimular e subsidiar empresas nacionais que se dediquem à investigação científica e tecnológicas;
- j) Simplificar e desonerar o processo de constituição de empresas;
- k) Proteger as micro, pequenas e médias empresas, com subsídios, incentivos fiscais e financeiros.

Mais tarde, foram promulgados em Março de 2012 quatro Decretos Presidenciais que permitem materializar o apoio aos empresários e criar condições para maior participação do sector privado na economia nacional; minimizando a burocracia.

Os decretos aprovam o Regulamento da Lei nº 30/11 de 13 de Setembro sobre as Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs), o Modelo de Implementação do Programa de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas e o Programa de Apoio ao Pequeno Negócio e outro cria o Balcão Único do Empreendedor e aprova o seu estatuto orgânico.

O regulamento da Lei nº 30/11 define como Micro, Pequenas e Médias Empresas as entidades que tenham adotado na sua constituição o tipo de “sociedades em nome coletivo” ou “sociedade por quotas”.

O mesmo diploma também é aplicável “às pessoas singulares que se dediquem ao comércio, à indústria, à exploração agropecuária, florestal ou mineral ou outra actividade económica”.

Em relação ao Decreto Presidencial sobre o modelo de implementação do Programa de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas, criado ao abrigo da lei nº 30/11 de 13 de Setembro, o diploma legal tem o objectivo de regulamentar as linhas gerais para a promoção de incentivos fiscais, financeiros, organizacionais, reforço de competências e de inovação tecnológica a essas empresas, institucionalizando o apoio do Executivo com programas plurianuais, de execução faseada anualmente.

Os instrumentos de apoio às Micro, Pequenas e Médias empresas são financiados através de dotações aprovadas pelo Orçamento Geral do Estado, por dotações oriundas do Fundo Nacional de Desenvolvimento e de quaisquer outras provenientes de outras fontes de financiamento tidas como adequadas e que lhe sejam atribuídas.

O Programa de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas tem um valor global em kwanzas equivalente a mil milhões, oitocentos e vinte e cinco milhões de dólares, devendo anualmente o Executivo definir a sua expressão financeira no Orçamento Geral do Estado.

### 2.3.2.1 PROAPEN

O PROAPEN (Programa de Apoio ao Pequeno Negócio) também designado por Meu Negócio, Minha Vida, é dirigido a micro empreendedores. Este programa, a ser desenvolvido ainda este ano, tem um valor global de 21 mil e 340 milhões de Kwanzas e procura promover o desenvolvimento e a consolidação de negócios de pequena dimensão, facilitando 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 e pequenos negócios, o aumento da oferta de bens e serviços e a criação de postos de trabalho.

O PROAPEN prevê um investimento de 213,4 milhões de dólares no ano de 2012, dos quais 25,2 milhões são para custos de gestão e os restantes 188, 18 milhões para um fundo de microcrédito que, se propõe atingir 100 mil beneficiários. Os empréstimos têm previsto um valor máximo de 6,79 mil dólares a uma taxa de juro de 2%. O período do empréstimo é de 60 meses, havendo um ano de carência de capital. Outra grande vantagem é que, ao contrário do que sucede nos empréstimos bancários tradicionais, não há necessidade de se apresentar garantias reais (o Estado proporciona aos bancos o designado “aval moral”). O empreendedor poderá ter acesso, se necessário, à formação gratuita por parte do Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional (INEFOP) estando também assegurado o apoio na fase posterior de aplicação e gestão do projecto.

O objectivo do programa é contribuir para a descentralização da economia e para a redução do desemprego. A coordenação geral do programa pertence ao Ministério da Economia em articulação com os governos provinciais. A gestão do programa no terreno cabe às administrações municipais, através dos Balcões Únicos do Empreendedor (BUE) que têm como missão possibilitar a criação de novas empresas e o financiamento bancário dos empreendedores.

Neste processo é importante considerar o INEFOP, um organismo afecto ao Ministério da Administração Pública, Emprego e Segurança Social que assegura a formação dos beneficiários do programa, assim como os bancos comerciais, responsáveis por avaliar o crédito e gerir as operações financeiras associadas com o cliente. De uma forma resumida, podemos referir que a legalização é feita nos BUE, a formação pelo INEFOP e o financiamento pelos bancos.

Alguns kits são previstos pelas profissões seguintes: cabeleireiro; canalizador; chaparia e pintura; cozinheiro; electricista baixa tensão; engraxador; lavagem de carros; mecânico auto; pastelaria; pedreiro; recauchutagem de pneus; serralheiro; transporte motorizado de mercadorias; transporte motorizado de pessoas. Estes kits são pacotes de equipamentos básicos para cada profissão cedidos pelo Estado para motivar o empreendedorismo ao nível nacional.

Como se candidatar? A fonte consultada (MAPESS, op.cit. p.40) orienta que o interessado deve dirigir-se a um BUE para realizar a entrevista prévia. Depois basta preencher um formulário tipificado e abrir uma conta bancária. O processo é gerido pelos bancos BPC e

BCI e a gestão operacional do programa cabe às autoridades municipais. O prazo de constituição da nova empresa é de apenas 11 dias e o custo é gratuito.

### **2.3.2.2 O Balcão Único do Empreendedor (BUE)**

O BUE é um serviço público de carácter inter-orgânico que, com a finalidade de os simplificar e desburocratizar, concentra num único local todos os serviços intervenientes no processo de constituição e licenciamento das Micro e Pequenas empresas.

O diploma legal que cria o Balcão Único do Empreendedor (BUE) estabelece que cabe aos órgãos auxiliares do Poder Executivo, que dirigem, tutelam e superintendem as entidades intervenientes nesse processo, permitir que, através do ato de delegação de poderes, os seus representantes pratiquem os atos administrativos inerentes às respectivas competências, que assegurem ao BUE, de forma célere, a prossecução dos objectivos.

O BUE vai facilitar o registo da actividade comercial exercida informalmente. A principal característica do novo espaço é a concentração de diferentes instituições, como os serviços de Justiça, Direção Nacional do Imposto, do Comércio, Instituto de Estatística, Serviços de Veterinária, administração municipal, Instituto de Segurança Social, bancos e outros.

A lei 40/12 prevê cinco dias para o cidadão ter todo o seu processo constituído. A legislação exclui a obrigatoriedade da escritura pública, na medida em que foi criado por despacho da ministra da Justiça um novo modelo constitutivo, onde o cidadão preenche a assinatura na presença do oficial de registo.

Os jovens têm mais possibilidades de trabalho, com a regularização das suas actividades informais, assim como acesso ao financiamento das instituições bancárias.

Os candidatos devem dirigir-se ao BUE para uma primeira entrevista de avaliação. Sendo positiva, o BUE apoia o empreendedor na criação da ficha de negócio (através de um formulário tipificado) assim como na documentação legal. A criação formal da empresa é feita nos BUE. Em paralelo, o beneficiário deverá criar uma conta no banco (caso não tenha já aberto a mesma) e solicitar o empréstimo. Em caso de necessidade, terá acesso a uma formação básica de um dia sobre criação de negócios. Com o empréstimo disponibilizado e o kit de empreendedor, este é considerado apto a iniciar o negócio, podendo contar com o apoio posterior das referidas “unidades técnicas municipais”. Segundo o Ministério da Economia, este processo demorará apenas 11 dias úteis, a custo zero.

O Governo assegurará a distribuição aos empreendedores de um pacote de equipamentos necessários ao seu negócio específico. Tais equipamentos, ou já foram adquiridos pelas autoridades municipais (nesse caso basta ir levantá-los) ou o próprio empreendedor poderá fazê-lo, submetendo uma factura pró-forma ao banco que depois pagará diretamente ao fornecedor (e enviará a nota de entrega ao cliente para este proceder ao levantamento). Prevê-se que 5% do valor do empréstimo possam ser realizados em dinheiro para fundo de manei.

Em Julho de 2012, já tinham sido inaugurados 13 balcões: cinco em Luanda, três em Benguela/Lobito, um no Huambo, Lubango (Huíla), Luena (Moxico), Cabinda e Bengo. O

objectivo para 2012 era chegar aos 161 no total nas 18 províncias. Na província de Malanje, foram inauguradas 14 balcões BUE em razão de um por município.

Os BUE também agrupam no mesmo espaço uma série de serviços públicos (caso da Direção Nacional de Impostos, Registo Civil, Identificação Civil, Registo Comercial, Segurança Social, Estatística, Direção Provincial do Comércio e Direção Nacional de Impostos) que visam desburocratizar o processo de constituição de empresas.

Segundo as primeiras estatísticas dos BUE, as profissões mais procuradas são as ligadas ao pequeno comércio, as pastelarias, a moto táxis (kupapata), os cybercafés, os serralheiros, os canalizadores e os eletricitas.

### 2.3.3 A formação para o empreendedorismo

Desde 2009, o governo angolano, através do Ministério da Educação tomou a decisão de introduzir no currículo de formação no ensino secundário, a disciplina de Empreendedorismo que ainda está na fase de experimentação e que irá se generalizar em 2015. O objectivo é de estimular o espírito, as atitudes e as competências de empreendedorismo nos jovens, como uma estratégia para lançar as bases para uma futura actividade empresarial; motivando a juventude na criação dum autoemprego ou para lhes facilitar a obtenção de emprego no sector privado a fim de contribuir para o desenvolvimento do país.

De 2010 (1º ano de experimentação) até 2013, muitos alunos já deram a disciplina de Empreendedorismo na província de Malanje, como se pode observar na tabela 2.5.

**Tabela 0.5: Alunos que frequentaram a disciplina de Empreendedorismo**

Ano	Escola	4º DE ABRIL	LOMBE	IMAM	G. SPENCER	EFP	Total
2010		40	---	47	75	85	
2011		114	78	109	194	274	
2012		234	131	170	258	360	
2013		653	207	322	469	564	
Total		1041	416	648	996	1203	4 304

Fonte: Elaboração pessoal com base de dados da Delegação Provincial da Educação, Malanje.

Até o fim do ano lectivo 2013 na província de Malanje, 4 304 alunos foram ensinados matérias sobre o empreendedorismo ao nível escolar; o que é uma novidade ou inovação no sistema do ensino em Angola.

A disciplina de Empreendedorismo foi integrada no programa de formação escolar com objectivo de despertar o aluno sobre a realidade do mundo actual e capacitá-lo a ser criativo e criador de autoemprego depois de finalizar a sua formação secundária, tendo em conta o facto que o desemprego é uma realidade gritante actualmente em Angola.

## 2.4 Conclusão

Nos últimos anos a economia Angolana tem revelado ser uma economia próspera, registando uma das maiores taxas de crescimento do PIB ao nível mundial. É ainda uma economia fortemente dependente da produção petrolífera mas que começa a dar sinais de diversificação com o crescimento da importância relativa da produção dos outros sectores da actividade económica. Apesar do elevado crescimento registado nos últimos anos, grande parte da população vive ainda abaixo do limiar da pobreza e tem baixas qualificações académicas (34% analfabetos e apenas 4% licenciados ao nível nacional). As desigualdades e assimetrias regionais são profundas e, como conclui Rocha (2010, p. 85), existem “zonas completamente afastadas dos benefícios do desenvolvimento e da atenção dos agentes públicos e privados”. Apesar de este investigador classificar a província de Malanje entre as top-cinco províncias de Angola quanto ao PIB *per capita*, produtividade, taxa de desemprego, salários e índice de rendimento, a sua performance nestes indicadores relativamente a Luanda, a província melhor classificada, é abissal.

A província de Malanje regista uma maior taxa de analfabetismo, piores qualificações académicas (dos 62% que alguma vez frequentaram a escola, 69% apenas concluíram o ensino primário e 0.6% o superior, segundo o INE, 2011) e um maior índice de pobreza do que a média nacional. Esta província e a região onde se insere (Centro-Leste) registam das maiores taxas de desemprego e concentram a maioria do emprego nas actividades agrícolas sendo o emprego empresarial residual. As empresas concentram a sua actividade nos serviços mercantis e têm em média muito pequena dimensão (6 trabalhadores). Ainda assim, o número de empresas instaladas em Malanje cresceu mais do que a média nacional entre 2008 e 2011. A repartição sectorial do PIB na região mostra a preponderância dos sectores onde se concentram maioria das empresas (serviços mercantis) e do emprego (agricultura e pesca).

O empreendedorismo aparece neste contexto como uma das vias para melhorar a situação do país e atenuar as desigualdades e assimetrias regionais. A envolvente institucional, com programas de apoio aos empreendedores e a introdução da disciplina de empreendedorismo nos curricula das escolas, desempenhará com certeza um papel importante no desenvolvimento do empreendedorismo em Angola, em geral, e em Malanje, em particular.

### Capítulo III – Apresentação e discussão dos resultados

*Aja antes de falar e, portanto, fala de acordo com seus atos.*

*(Confúcio, Pensador chinês)*

Neste capítulo proceder-se-á à apresentação e discussão dos resultados obtidos da realização de um questionário a micro, pequenas e médias empresas registadas no INAPEM de Malanje entre 2008 e 2012. O enfoque do presente estudo é então o empreendedorismo formal em Malanje. Coloca-se a ênfase no indivíduo, dono, promotor, fundador de uma empresa com pelo menos um trabalhador, designando essa pessoa de “empreendedor”: o indivíduo que criou um negócio dando emprego pelo menos a uma outra pessoa, como dito no primeiro capítulo.

A amostra do presente estudo foi escolhida contactando o INAPEM de Malanje. Segundo este organismo, encontravam-se em actividade na província de Malanje 751 empresas e no município de Malanje 132, em 2012. Foram seleccionadas apenas as que iniciaram a actividade a partir de 2008 inclusive, pois o período que se pretende abarcar no estudo é o período 2008-2012. Destas 132 empresas, 90 (68%) iniciaram a sua actividade no período referido. Todas estas 90 empresas foram contactadas mas apenas 76 proprietários aceitaram participar no estudo e concluíram a entrevista. Assim sendo, a taxa de resposta de inquéritos administrados face a face (ou entrevistas semiestruturadas) é de 84%.

A amostra é constituída por 76 empreendedores distribuídos pelos oito (8) bairros do município sede de Malanje, capital da província, de acordo com a tabela 3.1.

**Tabela 3. 1: Repartição dos inquiridos por bairro**

Bairros de Malanje	Nº	%
Centro da cidade	24	31,6
Canambua	11	14,5
Cangambo	11	14,5
Catepa	9	11,8
Vila Matilde	7	9,2
Ritondo	5	6,6
Carreira de Tiro	5	6,6
Maxinde	4	5,2
Total	76	100

Fonte: Elaboração pessoal

Observa-se nesta tabela que a grande parte dos negócios inquiridos na nossa amostra está localizada no Centro da cidade de Malanje (31,6%), seguindo-se os bairros da Canambua e Cangambo (14,5%), Catepa (11,8%), Vila Matilde (9,2%), Carreira de Tiro e Ritondo (6,6%), e por último Maxinde com 5,2%.

Em Malanje tal como nas outras cidades de Angola, o “Centro da Cidade” tem sempre sido o local de concentração não só de muitos negócios, mas também da maior parte dos gabinetes e serviços administrativos do Estado.

### 3.1 Análise Descritiva Univariada

Nesta secção começar-se-á por analisar os dados sobre o empreendedor – características demográficas, qualificações, situação profissional anterior e motivações – para depois se prosseguir com a caracterização da empresa propriamente dita.

#### 3.1.1 DADOS SOBRE O EMPREENDEDOR

##### 3.1.1.1 Características demográficas

**Tabela 3. 2: Características demográficas**

	Nº	%	
Idade do indivíduo	18 – 24	11	14,5%
	25 – 34	22	28,9%
	35 – 44	32	42,1%
	45 – 54	10	13,2%
	55 – 64	1	1,3%
	Total	76	100,0%
Género	Masculino	38	50,0%
	Feminino	38	50,0%
	Total	76	100,0%
Naturalidade	Malanje	56	73,7%
	Angola outra província	6	7,9%
	Estrangeiro	14	18,4%
	Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal.

Como era de esperar, dada a juventude da população de Malanje referida no capítulo anterior, os empreendedores de idade mais avançada têm pouca representatividade na amostra: apenas 1.3%, com idade superior a 54 anos e 13.2%, com idade compreendida entre 45 e 54 anos (Tabela 3.2). A faixa etária que regista a maior percentagem de empreendedores é a que compreende as idades entre os 35 e os 44 anos (42.1%), em conformidade com os resultados obtidos da sondagem à população adulta angolana realizada em 2010 e reportados pelo GEM Angola 2010. Os resultados obtidos pela 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 5 províncias de Angola (Luanda, Benguela, Huíla, Cabinda e Huambo), parecem indiciar uma alteração da faixa etária de maior concentração de empreendedores. É de registar que nesses estudos, e contrariamente aos dados mais recentes, a maior proporção de empreendedores se encontra inserida na faixa etária entre os 25 e os 34 anos.

Os dois sexos estão igualmente representados na amostra recolhida, ainda que na população da província de Malanje a proporção de mulheres seja ligeiramente superior à de homens (51% mulheres contra 49% de homens, segundo INE, 2011).

Quanto à nacionalidade é de referir que a maioria dos empreendedores inquiridos é de nacionalidade angolana (73.7% natural de Malanje, a província onde opera, e 7.9% natural de outras províncias de Angola) e 18.4% são empreendedores estrangeiros (Malianos, Senegaleses, Mauritanos, Chineses, Vietnamitas, Portugueses,...), à semelhança de Zinga (2007) na sua amostra de empreendedores.

### 3.1.1.2 Qualificações

**Tabela 3. 3: Empreendedores por qualificações**

		Nº	%
Nível de Escolaridade	Primária	25	32,9%
	Básico	14	18,4%
	Secundário	33	43,4%
	Licenciatura	4	5,3%
	Mestrado	0	0,0%
	Total	76	100,0%
Formação Complementar	Sim	40	52,6%
	Não	36	47,4%
	Total	76	100,0%
Experiência Familiar	Sim	38	50,0%
	Não	38	50,0%
	Total	76	100,0%
Experiência como gestor	Sim	23	30,3%
	Não	53	69,7%
	Total	76	100,0%
Experiência como empreendedor	Sim	17	22,4%
	Não	59	77,6%
	Total	76	100,0%
Experiência no negócio	Sim	45	59,2%
	Não	31	40,8%
	Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

Os empreendedores inquiridos possuem em média qualificações académicas mais elevadas do que os residentes na província de Malanje. Na tabela 3.3 verifica-se que 43.4% dos inquiridos frequentou o ensino secundário e 4% o ensino superior quando, como foi referido no capítulo anterior, na província de Malanje, 69% da população apenas concluiu o ensino primário e não teve oportunidade de frequentar aqueles níveis de escolaridade mais elevados. Ainda assim, podemos concluir pela sua modesta qualificação académica já que a maioria dos inquiridos não ultrapassou o ensino básico (51.3%).<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Nos empreendedores inquiridos por Zinga (2007), apenas 8.4% não frequentou mais do que o ensino básico.

Na tabela 3.3, verifica-se também que 52.6% dos empreendedores frequentou um curso complementar ou participou em *workshop* visando a obtenção de conhecimento sobre como gerir ou criar uma empresa, cursos geralmente ministrados pelo INAPEM (Instituto Nacional de Apoio a Pequenas e Medias Empresas) e actualmente também pelas algumas escolas de experimentação da disciplina de empreendedorismo como se referiu no capítulo 2.

A experiência empresarial anterior vivenciada pelo próprio ou pela família é também um fator importante na capacitação para a criação de um negócio. Como se pode observar na tabela 3.3, 50% dos empreendedores tiveram uma experiencia empresarial na família, 59.2% iniciaram os seus negócios já com uma experiência no negócio mas apenas 30.3% haviam trabalhado como gestores e 22.4% estiveram envolvidos na criação de outra empresa.

### 3.1.1.3 Situação profissional anterior e motivações

**Tabela 3. 4: Situação profissional anterior**

	nº	%
Inactivo	3	3,9%
Desempregado	17	22,4%
Trabalhador por conta de outrem	46	60,5%
Trabalhador por conta própria	10	13,2%
Total	76	100,0%

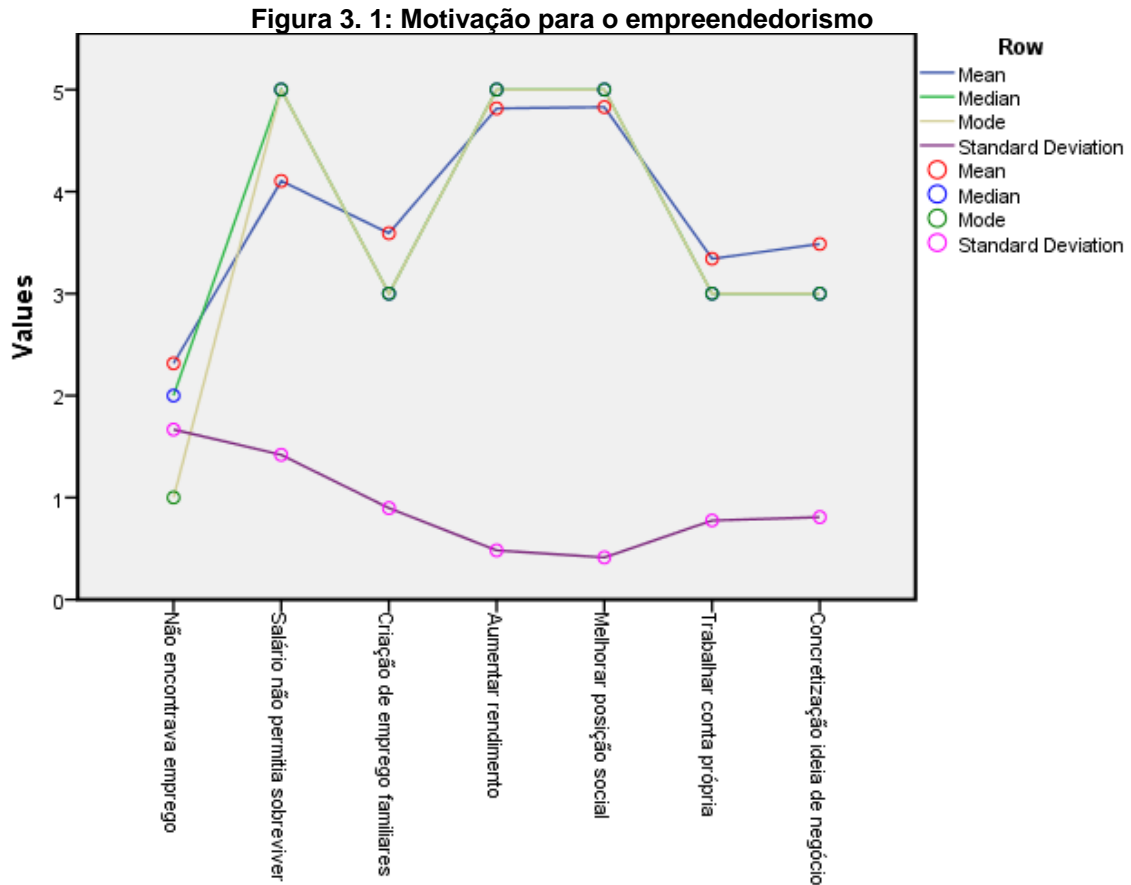
Fonte: Elaboração pessoal

Com certeza que a elevada taxa de desemprego na província de Malanje tem alguma importância para o desenvolvimento do empreendedorismo na mesma. No entanto, nos empreendedores inquiridos, apenas 22.4% estava anteriormente desempregado. A maioria trabalhava anteriormente por conta de outrem (60.5%) e apenas 13.2% trabalhava por conta própria (tabela 3.4).

**Tabela 3. 5: Motivação para o empreendedorismo**

		Nº	%
1) Não encontrava emprego	Discordo em absoluto	37	48,7%
	Discordo	18	23,7%
	Nem discordo nem concordo	0	0,0%
	Concordo	2	2,6%
	Concordo em absoluto	19	25,0%
2) Salário não permitia sobreviver	Discordo em absoluto	10	13,2%
	Discordo	2	2,6%
	Nem discordo nem concordo	6	7,9%
	Concordo	10	13,2%
	Concordo em absoluto	48	63,2%
3) Criação de emprego para familiares	Discordo em absoluto	1	1,3%
	Discordo	4	5,3%
	Nem discordo nem concordo	34	44,7%
	Concordo	23	30,3%
	Concordo em absoluto	14	18,4%
4) Aumentar rendimento	Discordo em absoluto	0	0,0%
	Discordo	1	1,3%
	Nem discordo nem concordo	0	0,0%
	Concordo	11	14,5%
	Concordo em absoluto	64	84,2%
5) Melhorar posição social	Discordo em absoluto	0	0,0%
	Discordo	0	0,0%
	Nem discordo nem concordo	1	1,3%
	Concordo	11	14,5%
	Concordo em absoluto	64	84,2%
6) Trabalhar por conta própria	Discordo em absoluto	0	0,0%
	Discordo	3	3,9%
	Nem discordo nem concordo	55	72,4%
	Concordo	7	9,2%
	Concordo em absoluto	11	14,5%
7) Concretização de ideia de negócio	Discordo em absoluto	0	0,0%
	Discordo	2	2,6%
	Nem discordo nem concordo	48	63,2%
	Concordo	13	17,1%
	Concordo em absoluto	13	17,1%

Fonte: Elaboração pessoal



**Legenda:** 1 = discordo em absoluto; 2 = discordo; 3 = nem concordo nem discordo; 4 = concordo; 5 = concordo em absoluto

A observação da tabela 3.5 e da figura 3.1 **Erro! A origem da referência não foi encontrada.** permite concluir que os empreendedores do município de Malanje criaram o seu negócio motivados maioritariamente pela oportunidade de aumentar o seu rendimento e melhorarem a sua posição social (98.7% dos inquiridos concordou simplesmente ou em absoluto que essas foram motivações fundamentais para a criação do seu negócio). A necessidade, resultante da impossibilidade de sobreviver com o salário auferido, é também uma motivação importante para o empreendedorismo dos inquiridos (76.4% concordam com este motivo). No ranking das motivações que positivamente contribuem para a criação do seu negócio, a criação de emprego para os familiares aparece em 4º lugar, com 48.7% dos inquiridos a concordarem ser este um motivo relevante. Claramente a necessidade de encontrar emprego não motivou a grande maioria dos entrevistados (72.4% discordaram desta motivação); apenas 27.6% relevaram este motivo para a criação do seu negócio. Os motivos, trabalhar por conta própria e concretização de uma ideia de negócios, não colheram nem a concordância nem a discordância da maioria dos empreendedores, como o indiciam a média e a moda das respostas (Tabela 3. 5).

### 3.1.2 DADOS SOBRE A EMPRESA

#### 3.1.2.1 Idade, forma jurídica e sector de actividade da empresa

**Tabela 3. 6: Anos de actividade da empresa**

Idade	Nº	%
1	8	10,5%
2	15	19,7%
3	15	19,7%
4	23	30,3%
5	15	19,7%
Total	76	100,0%
Média	3,29	
Mediana	3,50	
Moda	4,00	

Fonte: Elaboração pessoal

Na amostra recolhida, o ano de 2009, um ano de crise internacional e abrandamento de crescimento nacional, foi paradoxalmente o ano em que mais empresas foram criadas no município de Malanje. Efetivamente, como se pode observar na Tabela 3. 6, o maior número de empresas (30.3%) tem 4 anos de idade, isto é, foram criadas em 2009. Por seu turno, o ano de 2012, o ano do período da amostra em que se registou maior taxa de crescimento económico, foi o ano em que menos empresas se criaram (apenas 10.5%).

**Tabela 3. 7: Forma jurídica da empresa**

Designação	nº	%
Nome individual	72	94,7%
Sociedade	3	3,9%
Cooperativa	1	1,3%
Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

As empresas em nome individual são largamente dominantes na amostra, representando 94.7% do total e ultrapassando o peso, já de si elevado (cerca de 80%), que esta forma jurídica tem no conjunto das empresas residentes na província de Malanje (Cf. Capítulo 2).

**Tabela 3. 8: Empresas por sector de actividade**

Sector de actividade	Nº	%
Agricultura, pesca e outros	12	15,8%
Indústria extractiva	2	2,6%
Indústria transformadora	10	13,2%
Construção	1	1,3%
Comércio e reparação de veículos	28	36,8%
Transporte, armazenagem e comunicações	5	6,6%
Educação	4	5,3%
Alojamento e restauração	6	7,9%
Saúde e acção social	5	6,6%
Actividade imobiliária	3	3,9%
Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal.

A análise da Tabela 3. 8 permite concluir que a maioria dos empreendedores inquiridos se dedica a serviços mercantis (67.1%) destacando-se nestas o comércio e reparação de veículos (36.8%).<sup>3</sup> No estudo elaborado por Rocha (2010), o sector dos serviços mercantis ocupava uma ainda maior percentagem de empresas (84%, na região Centro-Leste, como referido no anterior capítulo). A agricultura e pescas é o segundo sector mais importante de actividade na amostra recolhida (15.8% dos inquiridos operam neste sector) seguindo-se a indústria transformadora, com 13.2% das empresas. Esta hierarquia sectorial das empresas está em harmonia com os resultados obtidos por Rocha (2010) para a repartição sectorial das empresas e a hierarquia sectorial do PIB na região Centro-Leste. Como foi referido no capítulo 2, a nível nacional e no período da amostra, a indústria transformadora e os serviços mercantis foram dois dos três sectores que mais aumentaram o seu peso no PIB.

---

<sup>3</sup> Os serviços mercantis incluem os sectores: comércio e reparação de veículos; transporte armazenagem e comunicações; educação; alojamento e restauração; saúde e acção social e actividade imobiliária.

### 3.1.2.2 Investimento e financiamento

**Tabela 3. 9: Empresas por capital inicial (Kz)**

Capital inicial (Kz)	nº	%
< 100000	19	25,0%
[100000, 200000[	23	30,3%
[200000, 300000[	7	9,2%
[300000, 400000[	3	3,9%
[400000, 500000[	0	0,0%
[500000, 1000000[	5	6,6%
[1000000, 10000000[	13	17,1%
≥ 10000000	6	7,9%
Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

A maioria dos empreendedores inquiridos (55.3%) iniciou o seu negócio com menos de 200.000 Kwanzas (2.000 USD). Todavia, uma parte ainda significativa dos mesmos (17.1%) necessitou de um capital inicial mais substancial: entre 1 milhão e 10 milhões Kz (Tabela 3. 9).

**Tabela 3. 10: Financiamento**

Fonte		nº	%
Empréstimo bancário	Sim	20	26,3%
	Não	56	73,7%
	Total	76	100,0%
Empréstimo familiar	Sim	23	30,3%
	Não	53	69,7%
	Total	76	100,0%
Poupança	Sim	60	78,9%
	Não	16	21,1%
	Total	76	100,0%
Fundos do governo	Sim	2	2,6%
	Não	74	97,4%
	Total	76	100,0%
ONG's	Sim	3	3,9%
	Não	73	96,1%
	Total	76	100,0%
Apoio amigos	Sim	29	38,2%
	Não	47	61,8%
	Total	76	100,0%
Outro meio	Sim	2	2,6%
	Não	74	97,4%
	Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

Uma grande maioria dos empreendedores inquiridos (78.9%) recorreu às suas poupanças para financiar o início da sua actividade (**Erro! A origem da referência não foi ncontrada.**). Os empréstimos junto de familiares e amigos constituíram outras duas fontes de financiamento utilizadas por um número ainda expressivo de empreendedores (30.3% e 38.2%). O recurso ao empréstimo bancário apenas foi utilizado por 26.3% dos inquiridos; a grande maioria (73.7%) não recorreu ao crédito bancário para iniciar o seu negócio. As outras fontes de financiamento têm ainda menor expressão já que no máximo foram utilizadas por 3.9% dos inquiridos. Registe-se que poucos empreendedores recorreram a outro meio (2,6%), nomeadamente o kixikila<sup>4</sup>.

**Tabela 3. 11: Fundos próprios**

	nº	%
< 5%	12	15,8
5%-25%	8	10,5
26%-50%	4	5,3
51%-75%	11	14,5
>75%	41	53,9
Total	76	100,0

Fonte: Elaboração pessoal

O pouco peso do sector financeiro no financiamento da criação de negócios está patente na elevada percentagem de fundos próprios no total dos fundos necessários para o arranque dos negócios. Efetivamente, como se pode observar na Tabela 3. 11, a percentagem de fundos próprios utilizados para arrancar o negócio ultrapassou os 75%, para mais de metade dos empreendedores (53.9%). O autofinanciamento foi a principal fonte de financiamento para 68.4% dos inquiridos.

### 3.1.2.3 Dimensão da empresa

**Tabela 3. 12: Dimensão inicial e actual das empresas por nº de trabalhadores**

	Nº trabalhadores iniciais				Nº trabalhadores actuais			
	1-10	11-50	>50	Total	1-10	11-50	>50	Total
nº empresas	72	4	0	76	68	7	1	76
%	94,7%	5,3%	0,0%	100,0%	89,5%	9,2%	1,3%	100,0%
	Dimensão inicial				Dimensão actual			
	Média	Moda	Mediana	Total	Média	Moda	Mediana	Total
nº trabalhadores	3	2	2	258	6	4	3	485

Fonte: Elaboração pessoal

<sup>4</sup> O kixikila em Angola quer dizer corrente de ajuda mutua, aonde as pessoas se ajudam rotativamente mediante um calendário pré-determinado. A África francófona fala de “Ristourne ou Tontine” e a África anglófona fala de “Rotating Savings”.

Se atendermos à dimensão das empresas por número de trabalhadores (Tabela 3. 12), constatamos que a grande maioria das empresas são microempresas, empregando menos de 10 trabalhadores. As pequenas empresas (entre 11 e 50 trabalhadores) representam actualmente apenas 9.2% do total e as médias (mais de 50 trabalhadores) 1.3%. Apesar de empregarem poucos trabalhadores, impulsionaram significativamente o emprego, já que no momento da sua criação empregavam 258 trabalhadores e actualmente 485. O emprego cresceu 88% e a dimensão média das empresas passou de 3 para 6 trabalhadores. Esta tabela mostra também a ausência de trabalhadores a tempo parcial, o que é uma característica de Malanje. De facto, em Malanje não há ainda uma cultura do trabalho a tempo parcial.

**Tabela 3. 13: Volume de negócios (Kz)**

	Nº	%	% Válida
< 100.000	2	2,6	2,7
[100.000, 200.000[	15	19,7	20,0
[200.000, 300.000[	14	18,4	18,7
[300.000, 400.000[	14	18,4	18,7
[400.000, 500.000[	2	2,6	2,7
[500.000, 1000.000[	8	10,5	10,7
[1000.000, 10000.000[	14	18,4	18,7
≥ 10000.000	6	7,9	8,0
Total	75	98,7	100,0
Não respondeu	1	1,3	
Total	76	100,0	

Fonte: Elaboração pessoal

O volume de negócios realizado em 2012 indicia também a muito pequena dimensão das empresas inquiridas. Efetivamente, como se pode observar na Tabela 3. 13, o volume de negócios da maioria das empresas respondentes (57.4%) situa-se no intervalo de 100 mil a 400 mil Kz ( $\approx$  1.000 a 4.000 USD). Apenas 26.7% têm um volume de negócios superior ou igual a 1 milhão de Kz ( $\approx$  10.000 USD) e 8% superior ou igual a 10 milhões de KZ ( $\approx$  100.000 USD).

#### 3.1.2.4 Extensão geográfica do negócio

**Tabela 3. 14: Localização da actividade produtiva**

	nº	%
Só em Malange	63	82,9%
Malange e outra província Angola	9	11,8%
Malange e estrangeiro	0	0,0%
Malange, estrangeiro e outra província	4	5,3%
Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

**Tabela 3. 15: Localização dos clientes**

% Total de vendas	Média	Moda	Desvio padrão
Vendas em Malanje	90	100	21
Vendas em outra província	9	0	19
Vendas estrangeiro	1	0	4

Fonte: Elaboração pessoal

A análise das tabelas 3.14 e 3.15 permite-nos concluir que o negócio da grande maioria dos inquiridos se circunscribe à província Malanje: a actividade produtiva de 82.9% dos inquiridos desenrola-se apenas em Malanje e, em média, 90% do que todas as empresas vendem é adquirido por clientes aí localizados. A muito pequena dimensão das empresas não facilita a sua internacionalização.

### 3.1.2.5 Inovação

**Tabela 3. 16: Inovação**

		nº	%
Clientes que consideram produto novo	Todos	1	1,3%
	Alguns	61	80,3%
	Nenhum	14	18,4%
	Total	76	100,0%
Empresas que oferecem produtos semelhantes	Todos	0	0,0%
	Alguns	74	97,4%
	Nenhum	2	2,6%
	Total	76	100,0%
Novidade das tecnologias/procedimentos utilizados	Recentes	21	27,6%
	Novas	8	10,5%
	Não novas	35	46,1%
	Não sei	12	15,8%
	Total	76	100,0%

Fonte: Elaboração pessoal

Na amostra, 18.4% dos empreendedores são de opinião que nenhum dos seus clientes considera os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos, enquanto os restantes 81.6% têm a percepção que todos ou alguns dos seus clientes consideram os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos (Tabela 3. 16). Este é um resultado em dissonância com os obtidos da sondagem à população adulta angolana realizada em 2010, onde 67.3% 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).

Naturalmente não é possível que todas as empresas existentes ofereçam produtos semelhantes a alguma das empresas inquiridas. Por lapso, considerou-se a hipótese “todas” em vez de “muitas”, na questão nº 24 do questionário. Em todo o caso, a conclusão interessante é a de que apenas 2.6% dos empreendedores inquiridos considerou não existirem negócios com produtos/serviços semelhantes aos seus. Claramente, estes empreendedores não consideram que inovam, relativamente a outras empresas, nos produtos que oferecem.

Ainda assim, 38.1% dos inquiridos considera usar tecnologias ou procedimentos que apenas estão disponíveis há menos de 5 anos. Os que consideram utilizar tecnologias com mais de 5 anos é no entanto de 46.1%, confirmando o cariz pouco inovador que os inquiridos se atribuem.

## **3.2 Análise bivariada**

Nesta secção far-se-á o cruzamento de variáveis e proceder-se-á à análise da relação existente entre elas. Pretende-se averiguar se existem factores/características que diferenciem as motivações que levaram à criação do negócio, a forma como este foi financiado, a actividade em que se concretizou, os resultados obtidos e o grau de novidade que introduz.

### **3.2.1 Motivações**

Para avaliar a consistência das respostas às motivações que induziram o empreendedorismo dos inquiridos, começou-se por proceder ao cruzamento das variáveis representativas dos diferentes tipos de motivações. A análise da correlação entre essas variáveis (Tabela 3. 22) permite-nos concluir que:

- Os dois motivos que revelam ânsia de valorização – “melhorar posição social” e “aumentar o rendimento” – colheram a concordância da grande maioria dos respondentes mas não se encontram significativa e positivamente correlacionados em termos estatísticos, porque concentram a quase totalidade das respostas em apenas duas categorias (concordo e concordo em absoluto). “Melhorar a posição social” é aliás uma motivação não correlacionada com todas as outras enquanto “aumentar o rendimento” se correlaciona positivamente com a “criação de emprego para familiares” e negativamente com “não encontrar emprego”. Isto é, os inquiridos que concordaram em que “aumentar o rendimento” foi uma motivação para criarem o seu negócio também concordaram que “criar emprego para familiares” era um motivo relevante e discordaram de que “não encontrar emprego” o fosse.
- O empreendedorismo motivado pela necessidade – associado às motivações “não encontrava emprego” e “salário não permitia sobreviver” – correlaciona-se negativamente com o motivado pela independência que “trabalhar por conta própria” ou “concretizar uma ideia de negócio” proporcionam e revelam. Consistentemente, a correlação entre os motivos “não encontrava emprego” e “salário não permitia sobreviver” é negativa: naturalmente quem concorda que o

salário não lhe permite sobreviver está empregado e por isso discorda que não encontrava emprego.

- As duas variáveis que tipificam o empreendedorismo induzido pela independência – “trabalhar por conta própria” e “concretizar uma ideia de negócio” – estão intensa e positivamente correlacionadas.

Estes resultados parecem então evidenciar a existência de consistência nas respostas dos inquiridos aos motivos que os levaram a criar o seu negócio.

Importa também apreciar se alguma das características dos inquiridos – demográficas, qualificações, situação profissional anterior – determina diferentemente e em que sentido essas motivações.

Não foi possível aplicar o teste de independência do Qui-Quadrado entre a variável género e a cada uma das variáveis que exprimem as diferentes motivações porque mais de 20% das células tinham frequências esperadas inferiores a 5. No entanto, a observação da tabela de contingência (Tabela 3. 17) parece indiciar que homens e mulheres não expressam motivações significativamente diferentes para criarem um negócio.

As motivações que foram identificadas como as mais relevantes pelos inquiridos não estão correlacionadas linearmente com a idade dos indivíduos. Todavia, a idade apresenta-se positivamente correlacionada com as motivações “trabalhar por conta própria”, “concretizar uma ideia de negócio” e “criar emprego para familiares” e negativamente com a motivação “não encontrava emprego” (cf. Tabela 3. 22, em anexo).

O nível de escolaridade dos inquiridos apenas se encontra significativamente positivamente correlacionado com as motivações “trabalhar por conta própria” e “concretizar uma ideia de negócio”. As motivações que exprimem desejo de ascensão económico-social, as que colhem mais concordância dos inquiridos, não aparecem correlacionadas com o nível de escolaridade (cf. Tabela 3. 22, em anexo).

Como seria de esperar uma melhor situação profissional anterior está associada a uma maior concordância com motivações que exprimem oportunidades como as motivações identificadas com os números 3, 4, 6 e 7 da Tabela 3. 5. Naturalmente, a correlação é negativa com a motivação “não encontrava emprego” (cf. Tabela 3. 22).

Em suma, as motivações que obtiveram mais concordância dos empreendedores inquiridos não parecem apresentar diferenças significativas por género, idade, qualificações e situação profissional anterior.

### **3.2.2 Sectores de actividade**

Os empreendedores inquiridos concretizaram a sua ideia de negócio maioritariamente no sector dos serviços mercantis<sup>5</sup> (67.1%) mas também, com alguma expressão, no sector agrícola (15.8%) e na indústria transformadora (13.2%). É relevante questionarmo-nos se a escolha da actividade a que se dedicaram foi de algum modo determinada pelas características

---

<sup>5</sup> Prosseguir-se-á na análise agrupando os sectores comércio e reparação de veículos, transporte armazenagem e comunicações, educação, alojamento e restauração, saúde e acção social e actividade imobiliária no sector dos serviços mercantis.

diferentes dos inquiridos. No entanto, a % excessiva de células com frequência esperada inferior a 5 inviabilizou a aplicação do teste de independência do Qui-Quadrado entre a variável sector de actividade (mesmo quando reagrupados nos sectores primário, secundário e terciário) e as várias variáveis que exprimem as diferentes características dos empreendedores. A observação das tabelas de contingência<sup>6</sup> leva-nos no entanto a admitir que a distribuição por sector de actividade é independente dessas diferentes características.

### 3.2.3 Capital inicial e financiamento

O capital inicial<sup>7</sup> e a forma como se concretizou o seu financiamento estão obviamente relacionados entre si, importando apurar como em concreto.

Começou-se por cruzar entre si as variáveis que expressam as diversas formas de obter financiamento para aferir que fontes de financiamento se complementaram ou concorreram como alternativas entre si. O número demasiado pequeno de respostas positivas ao recurso a fundos do Governo, ONG's e outro meio impossibilitou a aplicação de testes a estas variáveis.

As variáveis empréstimo bancário e empréstimo familiar bem como as variáveis empréstimo bancário e apoio de amigos não são independentes (valor do teste do Qui-Quadrado de Pearson com valores respectivamente de 11,779 e 16,748 com um nível de significância inferior a 5%, cf. Tabela 3. 18). Mais concretamente, quem recorreu ao empréstimo bancário não recorreu ao empréstimo familiar nem ao apoio dos amigos (e vice-versa) como o indiciam as tabelas de contingência para cada um destes pares de variáveis e o valor negativo da estatística Phi<sup>8</sup> (Tabela 3. 18). Pelo contrário, a observação da tabela de contingência Tabela 3. 19 permite-nos depreender que as variáveis empréstimo bancário e poupança são independentes.<sup>9</sup>

O cruzamento da poupança, a fonte de financiamento a que mais empreendedores admitiram ter recorrido, com cada uma das duas outras fontes de financiamento mais importantes para os inquiridos – o apoio de amigos e o empréstimo familiar – revelou que cada um destes pares de variáveis tem distribuição independente.<sup>10</sup> As variáveis empréstimo familiar e apoio de amigos também revelaram ser independentes.<sup>11</sup>

Em suma, o cruzamento das variáveis que expressam as diversas formas financiamento permitiu-nos concluir que o financiamento bancário é uma alternativa ao

---

<sup>6</sup> Não reportadas por não acrescentarem informação significativa mas disponíveis quando solicitadas.

<sup>7</sup> O capital inicial foi recodificado em apenas 4 escalões {<100000; [100000, 200000]; [200000, 1000000] e >1000000} para se viabilizar a realização de testes estatísticos.

<sup>8</sup> Quando as variáveis a relacionar são ambas dicotómicas, como é o caso, deve-se usar como medida de associação entre elas a estatística Phi.

<sup>9</sup> Não foi possível aplicar o teste do Qui-Quadrado a estas variáveis.

<sup>10</sup> Apesar de só ter sido possível aplicar o teste Qui-Quadrado à poupança e apoio de amigos ( $\chi^2(1) = 0,410$  e significância = 0,522, não se pode rejeitar a hipótese nula de independência das duas variáveis) a análise da tabela de contingência das variáveis poupança e empréstimo familiar permite-nos inferir também pela independência deste par de variáveis.

<sup>11</sup> Com  $\chi^2(1) = 0,396$  e significância = 0,529, não se pode rejeitar a hipótese nula de independência das duas variáveis.

financiamento familiar e de amigos e que não se pode concluir que as várias formas de autofinanciamento (poupança própria, familiar e de amigos) se complementem ou sejam alternativas entre si.

A análise da associação existente entre o escalão de capital inicial e cada uma das formas de financiamento que tiveram expressão nas respostas positivas obtidas permitiu-nos concluir que:

- o montante de capital necessário para iniciar o negócio e o recurso ao empréstimo bancário estão associados (teste de independência do Qui-Quadrado permite rejeitar hipótese nula de independência)<sup>12</sup> positivamente (cf. Tabela 3. 20).
- o escalão do capital inicial não é estatisticamente independente das variáveis empréstimo familiar e apoio de amigos.<sup>13</sup> A análise das tabelas de contingência indicia que estes financiamentos são usados preferencialmente para mais baixos montantes de investimento.
- o montante do investimento inicial parece ser independente da variável poupança (cf. Tabela 3. 21).

Em síntese, os negócios iniciados no município de Malanje entre 2008 e 2012, por requererem maioritariamente pouco investimento inicial (55.3%, menos de 200000 Kz), financiaram-se com recurso à família e amigos. Quem necessitou de maior financiamento recorreu ao empréstimo bancário e a poupança foi transversalmente utilizada por pequenos e grandes investidores.

O cálculo da correlação existente entre o capital que os empreendedores necessitaram para iniciar o seu negócio e variáveis que expressam as suas características sociodemográficas evidenciou que o capital inicial se encontra positivamente correlacionado com a idade, a escolaridade e a situação profissional anterior (Tabela 3. 24). Isto é, que os indivíduos com mais idade, mais escolaridade e melhor situação profissional anterior tendem a idealizar e concretizar negócios que requerem mais capital inicial, como era expectável. Já o teste do Qui-Quadrado mostrou que as variáveis capital inicial e género são independentes e que, por isso, o montante de capital com que mulheres e homens iniciam o seu negócio não é significativamente distinto.

Importa ainda assinalar que o capital inicial se encontra correlacionado positivamente com motivações de oportunidade (motivações 3, 4, 6 e 7, na Tabela 3. 5) e negativamente com motivações de necessidade (motivações 1 e 2), como os confirmam os coeficientes de correlação reportados na Tabela 3. 25.

### **3.2.4 Volume de negócios**

Obviamente os empreendedores que obtiveram melhores resultados em termos de volume de negócios foram também os que realizaram um maior investimento. Isso mesmo o

---

<sup>12</sup>  $\chi^2(3) = 54,394$  e significância = 0,000.

<sup>13</sup>  $\chi^2(3) = 11,039$  e significância = 0,012 para as variáveis capital inicial e empréstimo familiar.  $\chi^2(3) = 11,960$  e significância = 0,008 para as variáveis capital inicial e apoio de amigos.

confirma o significativo e elevado valor do coeficiente de correlação entre as duas variáveis.<sup>14</sup> Por essa via, as variáveis que revelaram estar associadas com o capital inicial também revelaram estar com o volume de negócios. Assim, tal como o capital inicial, o volume de negócios está positivamente correlacionado com a idade, a escolaridade e a situação profissional anterior. Isto é, os empreendedores com mais idade, mais qualificações académicas e melhor situação profissional anterior realizam um maior volume de negócios. O volume de negócios, da mesma forma que o capital inicial, é independente do género dos indivíduos.

Em geral, quem criou um negócio movido pela independência que este proporciona a si e à sua família (motivações 3, 6 e 7, na Tabela 3. 5) realiza um maior volume de negócios enquanto quem foi impelido pela necessidade (motivações 1 e 2) obtém piores resultados (cf. Tabela 3. 26).

### **3.2.5 Grau de novidade**

A análise sobre que factores/características estão associados à inovação induzida pelo empreendedorismo é com certeza muito pertinente. Todavia, as respostas obtidas apenas permitiram relevar uma das dimensões da inovação: a associada à tecnologia usada pelos empreendedores inquiridos. O grau de novidade da tecnologia utilizada mostrou-se positivamente correlacionado com o nível de escolaridade, montante inicial de capital e volume de negócios bem como com as motivações que refletem desejo de independência, como as motivações “trabalhar por conta própria” e “concretizar uma ideia de negócio”. Quem foi induzido pela necessidade (“salário não permitia sobreviver”) criou uma empresa com tecnologias menos recentes.

### **3.3 Síntese dos resultados**

O estudo realizado sobre o universo de 76 das 90 micro, pequenas e médias empresas que iniciaram e registaram a sua actividade no INAPEM do município de Malanje, no período 2008-2012, permite-nos concluir que:

- O empreendedorismo foi exercido por indivíduos que em média são mais qualificados academicamente que a população residente, eram maioritariamente trabalhadores por conta de outrem e decidiram criar um negócio motivados sobretudo pelo desejo de ascensão económico-social e também, mas em menor grau, pela impossibilidade de sobreviver com o salário que auferiam. Assim, a ideia de que criar o seu próprio emprego seria o recurso utilizado para sair de uma situação de pobreza (desemprego elevado e salários baixos) numa província em que o índice de pobreza excede a média nacional parece não ter sustentação nos dados recolhidos. Usando a terminologia do GEM, o empreendedorismo em Malanje parece ter sido

---

<sup>14</sup> Coeficiente de correlação de Pearson entre as variáveis capital inicial e volume de negócios com valor 0,826, significativo a menos de 1%.

induzido mais pela oportunidade do que pela necessidade. Ainda assim, contribuiu com certeza para mitigar a pobreza em Malanje e atenuar as desigualdades regionais, já que estas empresas geraram emprego com o início da sua actividade tendo-o quase duplicado (crescimento de 88%) no final de 2012.

- Este empreendedorismo consubstanciou-se maioritariamente em empresas em nome individual, dedicadas a actividades mercantis, de muito pequena dimensão (microempresas), que investiram pequenos montantes de capital e se financiaram com recursos próprios, de familiares ou amigos. Naturalmente, dadas estas características, realizam maioritariamente pequenos volumes de negócio e circunscrevem localmente a sua actividade. Têm a percepção que os seus clientes conferem alguma novidade aos produtos que fornecem mas percebem que os seus produtos e tecnologia são pouco inovadores. Em suma, é um empreendedorismo que reproduz a especialização produtiva da região, com muito fraca internacionalização e pouco orientado para a inovação.
- É um empreendedorismo que não apresenta diferenças significativas por género mas os empreendedores com mais idade, mais qualificados e melhor situação profissional anterior tendem a concretizar negócios que requerem mais capital inicial mas também proporcionam maior volume de negócios e têm maior grau de novidade.

## Capítulo IV – Conclusão

O objectivo que nos propusemos nesta dissertação foi contribuir para o aprofundamento do conhecimento do perfil do sector empresarial angolano, com um estudo sobre o empreendedorismo focado nas micro, pequenas e médias empresas criadas e registadas no período 2008-2012, no município de Malanje. Estudos de âmbito nacional como os realizados pelo GEM (2008, 2010) sobre o empreendedorismo em Angola são com certeza muito importantes mas, as consabidas desigualdades e assimetrias regionais, tornam também muito relevante estudos que incidam sobre as regiões, que destaquem as suas diferenças e particularidades relativamente ao todo nacional, e permitam orientar a política económica no sentido de reduzir essas assimetrias e desigualdades.

O abrandamento do crescimento económico, resultante da recente crise internacional, os elevados índices de pobreza e de desemprego vivenciados ao nível nacional e, com particular intensidade, pela província de Malanje far-nos-iam crer que o empreendedorismo emergente em Malanje, entre 2008 e 2012, teria sido induzido sobretudo pela necessidade de sobrevivência. Efetivamente, não foram as motivações associadas à necessidade que se apresentaram dominantes na nossa amostra mas sim motivações associadas ao desejo de ascensão socioeconómica e, por isso, classificadas pelo GEM motivações de oportunidade. Além do mais, em geral estes empreendedores revelaram ser mais qualificados que a população residente, provirem de uma situação profissional melhor e possuírem fundos próprios ou apoio de familiares e amigos que lhes permitiram iniciar negócios de muito pequena dimensão. Porventura, os mais desfavorecidos e que seriam motivados pela necessidade inseriram-se naquilo que podemos designar de empreendedorismo informal, que não é abrangido no nosso estudo. Importa também referir que, naturalmente, o empreendedorismo de grande dimensão também não é abrangido pelo nosso estudo, já que apenas se teve em consideração as empresas registadas no INAPEM.

Por outro lado, o estudo mostrou que as empresas inquiridas basicamente reproduziram a especialização produtiva da região e revelaram-se pouco orientadas para a inovação e internacionalização. O empreendedorismo feminino e masculino não mostrou diferenças substanciais mas a maior qualificação e a melhor situação profissional anterior mostraram estar positivamente relacionados com a dimensão do investimento realizado e do volume de negócios gerado. O tipo de motivações que esteve na génese do empreendedorismo também revelou ser importante para a dimensão e resultados do mesmo. As motivações de necessidade mostraram estar associadas negativamente ao montante de investimento inicial e ao volume de negócios enquanto as de oportunidade o estiveram positivamente.

Estas conclusões apontam para a necessidade de o governo apostar ainda mais na formação académica e complementar dos indivíduos. O estudo também revelou que o autofinanciamento era a forma de financiamento mais utilizada, talvez porque o sistema financeiro esteja insuficientemente desenvolvido e os apoios públicos não sejam tão efectivos. Obviamente isso limita a dimensão do negócio e os seus resultados. Por isso, o

desenvolvimento do sistema financeiro e o melhor funcionamento dos BUEs seria desejável para que o empreendedorismo produzisse resultados mais positivos.

O âmbito demasiado restrito do presente estudo – empreendedorismo formal das micro, pequenas e médias empresas do município de Malanje – leva-nos a perspectivar como futuras linhas de investigação estender a análise a outras regiões e incluir também o empreendedorismo informal e o das grandes empresas. Seria bastante interessante analisar as diferentes dinâmicas desses diferentes empreendedorismos. Seria também relevante estudar as causas do insucesso e sucesso das empresas nascentes nas diferentes regiões de Angola.

## Referências Bibliográficas

- AMARO, R. R.** (2013): *A Luta contra a sobre vivência e a exclusão social em Angola*. Genebra, BIT/STEP.
- ANDRADE, V. P.** (2002): “ *As experiências e Perspectivas das pequenas e médias empresas em Angola* “ Comunicação Luanda, 10 de Dezembro de 2002.
- BANCO MUNDIAL** (2013): *Angola Economic Update*, Nº1, Junho 2013.
- BNA** (2013): Estatísticas. Indicadores económicos. Disponível em [http://www.bna.ao/Conteudos/Artigos/detalhe\\_artigo.aspx?idc=950&idsc=13862&idl=1](http://www.bna.ao/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=950&idsc=13862&idl=1) ,  
acedido em 30.01.2014.
- BRUTO, C. A.** (1994): *Conceitos de Pobreza*. Estudo da Economia, IV (3) : pp. 275 – 281.
- CAETANO, D.** (2012): *Empreendedorismo e Incubação de Empresas*. Lisboa, bnomics.
- CAPUCHA, L.** (2005): *Desafio da Pobreza*. Oeiras, Celta Editor.
- CARVALHO, P.** (2002): *Angola, quanto tempo falta para amanhã?* Oiras, Celta Editora.
- CASTAÑEDA, L.** (2012): *Alta gestão nas PME*. Porto, Vida Económica.
- CEIC/UCAN.** (2010): *Relatório económico de Angola 2009*. Luanda, Ed. UCAN.
- CUERVO, A.** (2005): *Individual and environmental determinants of entrepreneurship*. International entrepreneurship and Management journal, 1, pp. 293-311.
- CYNTHIA, A. M.** (2012): *O Estratega. Seja o Líder de que a sua empresa precisa*. Lisboa, Lua de Papel.
- DAVID, D.E.H.** (2004): *Intra-empreendedorismo social: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações*. Tese de Doutorado da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.
- DEBERRY, S. B. E Elliot, E.A.** (2012): *African micro entrepreneurship: The reality of everyday challenges*, Journal of Business Research.
- DOLABELA, F.** (1999): *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimentos em riqueza*. São Paulo, Cultura Editores Associados.
- DOGUI, M.** (2009): *Historias de sucesso na África – líderes empresariais africanos bem sucedidos*. Disponível em <http://pt.globalvoicesonline.org/2012/11/09/empreendedorismo-cultura-e-solidariedade-na-africa-2/>, consultado em 7.2.2014
- DORNELAS, J.C.A.** (2001): *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. R.J. Elsevier, Ed. Campus.

- KASEMBE, D.** (2011): *As mulheres honradas e insubmissas de Angola*. Luanda, Ed. Nzila.
- EWELLE, R.** (2011): *L'entreprenariat en Afrique*. Disponível em <http://fr.kamerblog.com/2011/05/lentreprenariat-en-afrique.html> consultado em 06.02.2014
- FERREIRA et al.** (2007): *Ser Empreendedor: Pensar, criar e moldar o próprio negócio*. R.J. Elsevier, Ed. Campus.
- FARIA, M.H.F; SILVA, C.E.S.** (2011): *Elementos de educação empreendedora no contexto da Engenharia de Produção: a universidade estimulando novos negócios*. R.J. Elsevier, Ed. Campus.
- FIGUEIREDO, A; COSTA, C.** (1981): *Do subdesenvolvimento: Vulgatas, Ruturas e Reconsiderações em torno de um conceito: Roteiro Crítico e Antológico*. Lisboa, Edições Afrontamento.
- FMI.** (2011): *World Economic Outlook 2011*. pp. 12-19.
- FMI.** (2011): Relatório N°. 11346 (P). *Angola — Quinta Avaliação no âmbito do Acordo Stand-By*, disponível em: <http://www.imf.org>, 77p. Consultado em 31.01.2014
- GEM** (2010): *GEM Angola 2010, Estudo sobre o Empreendedorismo*. 58p.
- GEM** (2008): 2008 Executive Report. 68p.
- GIDERS, A.** (1992): *As consequências da Modernidade*. Oeiras, Celta Editora.
- GONZALEZ, R. M.** (2001): *Country Cases: Angola*. In. UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAM choices for the poor: Lessons from National poverty Strategies. UNDP, pp.205-215. Disponível em: <http://www.undp.org/dpa/publications/choicesforpoor/ENGLISH/INDEX.HTML>. Consultado em 12.05.2012.
- GUEST, R.** (2005): *África: Continente Acorrentado - o passado, o presente e futuro de África*. Porto, civilização Editora.
- HUGON, P.** (1999): *Economia de África*. Lisboa, Vulgata Editora.
- INE.** (2011): IBEP: *Inquérito Integrado sobre o bem-estar da população 2008-2009*. Luanda, INE.
- JOVER et al.** (2012): *Angola, Perfil do Sector Privado do Pais*. Luanda, Ed. Imara.
- KANKWENDA, M.** (2000): *Poverty Eradication, Where Stands Africa?* LONDON, Economica.
- LÉVESQUE, M.; MINNITI, M.** (2006): "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, 21, 177-194.
- LOPIS, C.** (2011): *Candongueiros e Kupapatas: Acumulação, Risco e Sobrevivência na Economia Informal em Angola*. Lisboa, Princia.
- LOWE, R.; MARRIOT, S.** (2006): *Enterprise: entrepreneurship and innovation. Concepts, context and commercialization*. Elsevier: Butterworth-Heinemann.

- LUMPKIN, G.T.; DESS, G.G.** (1996): *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. *Academic of Management Review*, 21 (1), pp. 135-172.
- MAPESS.** (2012): *Manual de criação de Negócio. Noções para pequenos negócios de produção*. Luanda, CLESE.
- MAPESS.** (2012): *Manual de Empreendedorismo na gestão de pequenos negócios*. Luanda, CLESE. 2ª Edição.
- MARQUES, S.** (2011): *Empreendedorismo em Angola. Entre as ideias e Acção*. Luanda, Ed. Panzu Consulting Firm.
- MENDES, A. I. M.** (2011): *Empreendedorismo e crescimento Económico: o caso de Angola*. Minho [s.n.], Dissertação de mestrado em economia e gestão.
- MINFIN.** (2011): *Evolução Recente, Situação Actual e perspectivas da Economia Mundial*. Luanda. MINFIN. 14 p. Disponível em: <http://www.minfin.gov.ao>. Consultado em 24.06.2013.
- MINPLAN.** (2012): *Plano Nacional de Desenvolvimento 2013 – 2017*. Luanda, MINPLAN.
- MINPLAN.** (2010): *Relatório sobre os Objectivos de desenvolvimento do Milénio*. Luanda, MINPLAN.
- MINPLAN.** (2005): *Estratégia de Combate á Pobreza*. Caderno da população & Desenvolvimento, 9 (1): 1-73.
- MINPLAN.** (2004): *Estratégia de Combate á Pobreza; Reinserção social, Reabilitação e Reconstrução e Estabilidade Económica*. Luanda, MINPLAN.
- MONTEIRO, R.L.** (1973): *A Família nos Musseques de Luanda: subsídios para o seu estudo*. Luanda, Fundo de acção social em Angola.
- PAMELA, H.; JOHN, E.** (2009): *Empreendedores socios. O exemplo incomum das pessoas que estão transformando o mundo*. R. J., Ed. Campus/Elsevier.
- PNUD** (2011): *Relatório do desenvolvimento Humano*. Disponível em <http://www.undp.org>. Consultado em 27.09.2012
- PNUD** (2005): *Relatório do desenvolvimento Humano – Angola*. Luanda, Nações Unidas.
- PNUD** (2004): *Programa de apoio ao desenvolvimento do sector micro e pequeno empresarial angolano*. Discussion Paper ANG/03/011.
- PNUD** (2002): *Os Desafios Pós-Guerra*. Luanda, Nações Unidas,
- ROCHA, M. J. A.** (2010): *Desigualdades e Assimetrias regionais em Angola – Os factores de competitividade territorial*. Luanda, UCAN, Centro de Estudos e Investigação Científica.
- ROQUETE, J.I. ; FONSECA, J.** (2000): *Dicionário dos sinónimos*, Porto, Ed. Lello & Irmão.
- SACHS, J.** (2006): *Fim da Pobreza, como consegui-lo na Nossa Geração*. Lisboa, casa das Letras.

**SANTOS, A. E. S.** (2007): *A Cidade de Malanje na história de Angola, dos finais do séc. XIX até 1975*. Luanda, Editorial Nzila.

**SARAIVA, P. M.** (2011): *Empreendedorismo*. Coimbra. 2ª edição.

**SCHUMPETER, J.A.** (1934): *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA.

**SEM, A.** (1999): *Pobreza e Fomes; Um Ensino sobre Direito e Privações*. Lisboa, Terramar Editora.

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

**SHARMA, P.; CHRISMA, J. J.** (1999): *Toward a reconciliation of the definitional signs in the field of corporate entrepreneurship, firm emergence, and growth*. Vol. 3. Greenwich, CT: JAI Press, pp. 119- 138.

**SILVIA, P. et al.** (2000): *Estudo de Gestão de Empresas*. Porto, Vida Económica.

**STREETEN, P.P.** (1995): *Thinking about Development*. Cambridge, Cambridge University Press, 409 p.

**STREETEN, P.P.** (1986): *Basic Needs: Some Unsettled Questions*. In: E; KANE, *The Challenge of Employment and Basic Needs in Africa*. Nairobi, Oxford University Press, p. 20-27

**TSHIKUKU, K.** (2011): *Valores tradicionais africanos frente à economia liberal*. Disponível em <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/idep/unpan003349.pdf>, consultado em 04.02.2014.

**UNDP.** (2012): *Angola*, 42 p, Disponível em: <http://www.undp.org/angola>. Consultado em 20.01.2013.



## Anexo A: Questionário

# **Instituto Politécnico do Porto**

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

---

### **PROJECTO DE INVESTIGAÇÃO**

#### **UM RETRATO DO EMPREENDEDORISMO EM MALANJE - ANGOLA**

---

#### **QUESTIONÁRIO DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA**

**Ao preencher o questionário tenha por favor em atenção que:**

- 1. É importante que responda a todas as questões, caso contrário o questionário não poderá ser considerado válido para o tratamento estatístico.**
- 2. Não existem respostas corretas e nem incorretas. Apenas se pretende obter a sua opinião.**
- 3. As suas respostas são estritamente confidenciais e anónimas.**
- 4. Não pense muito tempo sobre as questões.**
- 5. Se alguma questão for difícil de responder, responda o melhor que puder sem entretanto deixar de responder as questões.**
- 6. A questão nº 11 foi pensada de modo a ser respondida através de uma escala. Apresenta-se em 5 pontos, em que 1 representa a opinião menos concordante, 5 a mais concordante, em relação à afirmação. Assinale a sua resposta com um (X).**

**Agradecemos mais uma vez a preciosa colaboração que presta à nossa investigação.**

**Angola, Junho de 2013**

**Ambeke Ilonga Baby**

**Estudante, ISCAP**

## I. Dados sobre o empreendedor

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

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

2. Sexo  Masculino  Feminino

3. Naturalidade  Província de Malanje  Outras províncias de Angol  Estrangeiro

4. Indique o nível de escolaridade mais elevado que frequentou

Primária  Básico  Secundário  Licenciatura  Mestrado

5. Nos últimos dois anos frequentou alguma formação complementar em gestão/administração

Sim  Não

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

Sim  Não

7. Alguma vez trabalhou como gestor numa empresa?

Sim  Não

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

Sim  Não

9. Tem experiência anterior neste ramo de negócio?

Sim  Não

10. Situação profissional anterior

Desempregado  Trabalhador por conta de outrem

Trabalhador por conta próp  Inactivo

11. 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
<b>II. Dados sobre a empresa</b>					
<b>12. Qual é o ano de início da actividade da empresa?</b>					
Ano -----					
<b>13. Forma jurídica da empresa</b>					
<input type="checkbox"/> Empresário em nome individual		<input type="checkbox"/> Sociedade		<input type="checkbox"/> Cooperativa	
<b>14. Sector de actividade</b>					
<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 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 fundos de pensões	
<input type="checkbox"/> Outro, qual? -----					
<b>15. Qual o montante inicial do investimento? -----</b>					
-----					
<b>16. Como obteve os recursos financeiros para iniciar o seu negócio?</b>					
<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 -----					
-----					

<p><b>17. Qual foi a percentagem de fundos próprios para o arranque dos negócios?</b></p> <p> <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% </p>	
<p><b>18. No início do seu negócio, quantos trabalhadores tinha a empresa, excluindo a si próprio?</b></p> <p>A tempo inteiro: -----                      A tempo parcial: -----</p>	
<p><b>19. Actualmente, quantos trabalhadores tem a empresa?</b></p> <p>A tempo inteiro: -----                      A tempo parcial: -----</p>	
<p><b>20. Qual o volume de negócios realizado em 2012?</b></p> <p>-----</p>	
<p><b>21. Qual a localização da actividade do seu negócio?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> Província de Malanje  <input type="checkbox"/> Outras províncias de Angola, especifique -----  -----  <input type="checkbox"/> Estrangeiro, especifique -----  ----- </p>	
<p><b>22. Percentagem das suas vendas adquiridas por clientes de</b></p> <p> <input type="checkbox"/> Província de Malanje -----  -----  <input type="checkbox"/> Outras províncias de Angola -----  -----  <input type="checkbox"/> Estrangeiro -----  ----- </p>	
<p><b>23. Quantos clientes (efectivos ou potenciais) consideram o produto ou serviço novo ou desconhecido?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> Todos                      <input type="checkbox"/> Alguns                      <input type="checkbox"/> Nenhum </p>	
<p><b>24. Quantas empresas oferecem produtos ou serviços semelhantes?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> Todas                      <input type="checkbox"/> Algumas                      <input type="checkbox"/> Nenhuma </p>	
<p><b>25. Qual é o grau de novidade das tecnologias ou procedimentos utilizados?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> Recentes (disponíveis há menos de 1 ano)                      <input type="checkbox"/> Novas (disponíveis há mais de 1 e há menos de 5 anos)  <input type="checkbox"/> Não novas (disponíveis há mais de 5 anos)                      <input type="checkbox"/> Não sei </p>	

## Anexo B: Tabelas

**Tabela 3. 17: Motivações \* Género Crosstabulation**

			Género		Total
			Masculino	Feminino	
não encontrava emprego	Discordo	Count	24	31	55
		% of Total	31.6%	40.8%	72.4%
	Concordo	Count	14	7	21
		% of Total	18.4%	9.2%	27.6%
salário não permitia sobreviver	Discordo	Count	8	4	12
		% of Total	10.5%	5.3%	15.8%
	Nem discordo nem concordo	Count	4	2	6
		% of Total	5.3%	2.6%	7.9%
	Concordo	Count	26	32	58
		% of Total	34.2%	42.1%	76.3%
Total	Count	38	38	76	
	% of Total	50.0%	50.0%	100.0%	
criação emprego familiares	Discordo	Count	3	2	5
		% of Total	3.9%	2.6%	6.6%
	Nem discordo nem concordo	Count	14	20	34
		% of Total	18.4%	26.3%	44.7%
	Concordo	Count	21	16	37
		% of Total	27.6%	21.1%	48.7%
aumentar rendimento	Discordo	Count	1	0	1
		% of Total	1.3%	0.0%	1.3%
	Concordo	Count	37	38	75
		% of Total	48.7%	50.0%	98.7%
melhorar posição social	Nem discordo nem concordo	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	1.3%	1.3%
	Concordo	Count	38	37	75
		% of Total	50.0%	48.7%	98.7%
trabalhar por conta própria	Discordo	Count	0	3	3
		% of Total	0.0%	3.9%	3.9%
	Nem discordo nem concordo	Count	27	28	55
		% of Total	35.5%	36.8%	72.4%
	Concordo	Count	11	7	18
		% of Total	14.5%	9.2%	23.7%
concretização ideia negócio	Discordo	Count	0	2	2
		% of Total	0.0%	2.6%	2.6%
	Nem discordo nem concordo	Count	24	24	48
		% of Total	31.6%	31.6%	63.2%
	Concordo	Count	14	12	26
		% of Total	18.4%	15.8%	34.2%

**Tabela 3. 18: Qui-Quadrado e Phi - Empréstimo bancário + Empréstimo familiar e Empréstimo bancário + Apoio amigos**

**Chi-Square Tests : Empréstimo bancário e Empréstimo familiar**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11,779 <sup>a</sup>	1	.001		
Continuity Correction <sup>b</sup>	9.913	1	.002		
Likelihood Ratio	17.351	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	11.624	1	.001		
N of Valid Cases	76				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,05.

b. Computed only for a 2x2 table

**Symmetric Measures : Empréstimo bancário e Empréstimo familiar**

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	-.394			.001

**Chi-Square Tests : Empréstimo bancário e Apoio amigos**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	16,748 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	14.625	1	.000		
Likelihood Ratio	23.493	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	16.527	1	.000		
N of Valid Cases	76				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,63.

b. Computed only for a 2x2 table

**Symmetric Measures: Empréstimo bancário e Apoio amigos**

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	-.469			.000

**Tabela 3. 19: Tabela de contingência das variáveis empréstimo bancário e poupança**

		Poupança		Total	
		Sim	Não		
Empréstimo bancário	Sim	Count	15	5	20
		% of Total	19,7%	6,6%	26,3%
	Não	Count	45	11	56
		% of Total	59,2%	14,5%	73,7%
Total		Count	60	16	76
		% of Total	78,9%	21,1%	100,0%

**Tabela 3. 20: Tabela de contingência das variáveis empréstimo bancário e capital inicial**

		Empréstimo bancário		Total	
		Sim	Não		
capital inicial	1,00	Count	0	19	19
		% within capital inicial	0,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	0,0%	25,0%	25,0%
	2,00	Count	0	23	23
		% within capital inicial	0,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	0,0%	30,3%	30,3%
	3,00	Count	3	12	15
		% within capital inicial	20,0%	80,0%	100,0%
		% of Total	3,9%	15,8%	19,7%
	4,00	Count	17	2	19
		% within capital inicial	89,5%	10,5%	100,0%
		% of Total	22,4%	2,6%	25,0%
Total	Count	20	56	76	
	% within capital inicial	26,3%	73,7%	100,0%	
	% of Total	26,3%	73,7%	100,0%	

**Tabela 3. 21: Tabela de contingência das variáveis poupança e capital inicial**

		Poupança		Total	
		Sim	Não		
capital inicial	1,00	Count	15	4	19
		% within capital inicial	78,9%	21,1%	100,0%
		% of Total	19,7%	5,3%	25,0%
	2,00	Count	18	5	23
		% within capital inicial	78,3%	21,7%	100,0%
		% of Total	23,7%	6,6%	30,3%
	3,00	Count	12	3	15
		% within capital inicial	80,0%	20,0%	100,0%
		% of Total	15,8%	3,9%	19,7%
	4,00	Count	15	4	19
		% within capital inicial	78,9%	21,1%	100,0%
		% of Total	19,7%	5,3%	25,0%
Total	Count	60	16	76	
	% within capital inicial	78,9%	21,1%	100,0%	
	% of Total	78,9%	21,1%	100,0%	

**Tabela 3. 22: Correlação motivações para o empreendedorismo**

		Aumentar rendimento	Melhorar posição social	Não encontrava emprego	Salário não permitia sobreviver	Criação de emprego familiares	Trabalhar conta própria	Concretização ideia de negócio
Aumentar rendimento	Pearson Correlation	1	,041	-,308**	,087	,256*	,135	,165
	Sig. (2-tailed)		,728	,007	,454	,026	,244	,155
	N	76	76	76	76	76	76	76
Melhorar posição social	Pearson Correlation	,041	1	,138	-,219	,025	,144	,093
	Sig. (2-tailed)	,728		,236	,057	,830	,216	,424
	N	76	76	76	76	76	76	76
Não encontrava emprego	Pearson Correlation	-,308**	,138	1	-,251*	-,367**	-,301**	-,314**
	Sig. (2-tailed)	,007	,236		,029	,001	,008	,006
	N	76	76	76	76	76	76	76
Salário não permitia sobreviver	Pearson Correlation	,087	-,219	-,251*	1	,024	-,457**	-,278*
	Sig. (2-tailed)	,454	,057	,029		,839	,000	,015
	N	76	76	76	76	76	76	76
Criação de emprego familiares	Pearson Correlation	,256*	,025	-,367**	,024	1	,472**	,480**
	Sig. (2-tailed)	,026	,830	,001	,839		,000	,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Trabalhar conta própria	Pearson Correlation	,135	,144	-,301**	-,457**	,472**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,244	,216	,008	,000	,000		,000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Concretização ideia de negócio	Pearson Correlation	,165	,093	-,314**	-,278*	,480**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,155	,424	,006	,015	,000	,000	
	N	76	76	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

**Tabela 3. 23: Correlação motivações, idade, escolaridade e situação profissional**

		Não encontrava emprego	Salário não permitia sobreviver	Criação de emprego familiares	Aumentar rendimento	Melhorar posição social	Trabalhar conta própria	Concretização ideia de negócio
Idade do indivíduo	Pearson Correlation	-,296**	-.026	,267*	.121	.087	,419**	,396**
	Sig. (2-tailed)	.009	.822	.020	.299	.457	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Nível de Escolaridade	Pearson Correlation	-.149	-.220	.207	.084	.124	,470**	,429**
	Sig. (2-tailed)	.200	.057	.073	.471	.284	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Situação profissional anterior	Pearson Correlation	-,696**	.005	,397**	,261*	.082	,600**	,455**
	Sig. (2-tailed)	.000	.966	.000	.023	.482	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76

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

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabela 3. 24: Correlações capital inicial, nível escolaridade, idade e situação profissional anterior**

		capital inicial	Nível de Escolaridade	Idade do indivíduo	Situação profissional anterior
capital inicial	Pearson Correlation	1	,438**	,306**	,522**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,000
	N	76	76	76	76
Nível de Escolaridade	Pearson Correlation	,438**	1	,055	,250*
	Sig. (2-tailed)	,000		,640	,029
	N	76	76	76	76
Idade do indivíduo	Pearson Correlation	,306**	,055	1	,334**
	Sig. (2-tailed)	,007	,640		,003
	N	76	76	76	76
Situação profissional anterior	Pearson Correlation	,522**	,250*	,334**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,029	,003	
	N	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

**Tabela 3. 25: Correlações capital inicial e motivações**

		Não encontrava emprego	Salário não permitia sobreviver	Criação de emprego familiares	Aumentar rendimento	Melhorar posição social	Trabalhar conta própria	Concretização ideia de negócio
Categoria capital inicial	Pearson Correlation	-,334*	-,252*	,385**	,230	.059	,768**	,616**
	Sig. (2-tailed)	.003	.028	.001	.045	.611	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76

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

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabela 3. 26: Correlações volume de negócios e motivações**

		Não encontrava emprego	Salário não permitia sobreviver	Criação de emprego familiares	Aumentar rendimento	Melhorar posição social	Trabalhar conta própria	Concretização ideia de negócio
Categoria volume de negócios	Pearson Correlation	-,242	-,337**	,351**	.005	.121	,754**	,622**
	Sig. (2-tailed)	.037	.003	.002	.969	.300	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75

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

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).