

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC CURSO DE
CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

SUELI CUSTÓDIO CRUZ POMBO

PERFIL DOS EMPREENDEDORES EM LUANDA-ANGOLA

**CRICIÚMA
2021**

SUELI CUSTODIO CRUZ POMBO

PERFIL DOS EMPREENDEDORES EM LUANDA- ANGOLA

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel, no curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof. (a) Dra. Melissa Watanabe

SUELI CUSTÓDIO CRUZ POMBO

PERFIL DOS EMPREENDEDORES EM LUANDA- ANGOLA

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 22 de junho de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Melissa Watanabe – Doutora - (UNESC) - Orientador

Prof. Carina Nunes - Mestre - (UNESC)

Prof. Thiago Fabris - Doutor - (UNESC)

Dedico esta monografia, primeiro a Deus, e às minhas Mães (Tania Cruz, Albertina Cerca e Maria da Conceição) por terem me dado todo apoio necessário para que eu chegasse até aqui, este mérito é “NOSSO”.

AGRADECIMENTOS

Por ser quem sou e por tudo o que conquistei e superei, eu te agradeço meu Deus. A elaboração desta monografia só foi possível com apoio dos meus familiares e colaboração da minha orientadora (Melissa Watanabe), a quem agradeço desde já a compreensão, cooperação e disponibilidade. Não posso deixar de agradecer igualmente a página "Mundo Empreendedor" e a todos os empreendedores que responderam ao questionário objeto de estudo deste trabalho.

Dedico esta monografia especialmente à minha família por terem sido um grande suporte nesta etapa da minha vida. A minha imensa gratidão ao Banco Sol na pessoa das minhas tias (Albertina, Antonieta, Vanda) por terem entendido a cada momento, a importância do meu desejo de estar no Brasil o meu muito obrigado.

As minhas Mães (Tânia, São, Albertina, Tina) que conseguiram ao longo da vida transmitir-me valores como a honestidade, integridade, persistência, disciplina e rigor, e que com eles tenho conseguido superar todos os desafios que a vida me proporciona, os meus sinceros agradecimentos.

A minha orientadora Professora Doutora Melissa Watanabe o meu reconhecimento da sua importância nessa conquista por ser tão humana, admito que só a tua disponibilidade, recomendações, dedicação e apoio prestado, permitiram chegar até aqui.

Quero igualmente manifestar o meu sentido de gratidão aos professores que lecionaram no Curso de Ciências Econômicas pela riqueza intelectual e disponibilidade demonstradas durante a parte curricular, especialmente aos Professores Thiago, Amauri e Dimas por cada oportunidade proporcionada, por todo carinho, atenção, dúvidas e sugestões durante o processo da minha graduação.

Uma palavra de reconhecimento ao Professor Kristian Madeira e ao GPMEQ (Grupo de Pesquisa em Métodos Quantitativos), que desde o início da minha jornada no grupo se mostrou disponível para dar o incomensurável apoio, sempre que foi necessário. Aos meus colegas de pesquisa bem haja o inquestionável espírito de camaradagem e laços. Ao observatório de desenvolvimento socioeconômico o meu muito obrigada por tanto ensinamento.

Foi também, absolutamente indispensável o apoio de amigos que, incansável e desinteressadamente, empreenderam o melhor de si enquanto tornaram esta etapa realizável. Yolanda, Nadioreth, Radivania, Marina, Ana Cleusia, Auria,

Heloisa e Ketty pela dimensão da vossa amizade e consideração, uma palavra de gratidão.

Ainda assim, sem a pretensão de esquecer alguns amigos que, nas horas mais sórdidas, por vezes também abarrotadas de tarefas, importunei para trocar opiniões sobre esta temática. O espírito crítico, criativo, e a abertura intelectual dos nossos diálogos revelou-se também determinante para esta investigação. O meu profundo agradecimento a Ana Carina, Adelina, Samuel e Rufino. Às minhas irmãs, Jandira, Janeth, Dionísia e Mira, pelo encorajamento e apoio prestado durante toda a formação.

Ao meu Futuro Brenno Pombo, quem mais ressentiu de forma direta a privação do meu carinho pela sua dócil compreensão, que nos momentos difíceis e de maior angústia, se mostrou como uma fonte de inspiração, quero aqui retribuir o meu AMOR.

A todos, o meu muito obrigado!

“Tenho em mim todos os sonhos do mundo”

Fernando Pessoa

RESUMO

O empreendedorismo significa qualificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial e inovadora de se dedicar às atividades de organização, execução, principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimento, ou é aquele que modifica, com sua forma de agir, em qualquer área do conhecimento humano. O procedimento metodológico utilizado na pesquisa foi de natureza exploratória e descritiva. Para a realização do estudo, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais. Além disso, foi realizado um questionário semiestruturado com 20 empreendedores para 1 etapa e 5 empreendedores para 2 etapa a entrevista em profundidade, diretamente envolvidas no empreendedorismo. Este estudo revelou que mais de 70% dos empreendedores estudados começaram o negócio movidos apenas para ter um pequeno rendimento, permitindo manter a sua família. Esses empreendedores se tornaram os responsáveis principais pelo sustento de suas famílias e são também, ao mesmo tempo, os que menos oportunidades têm no mercado de trabalho de Angola. Por isso continuam a ser eles a maioria na atividade informal. Este trabalho pretende contribuir para o aprofundamento do perfil empreendedor, suas percepções e motivações referente ao seu empreendimento e ao ambiente externo com vistas ao desenvolvimento econômico de Luanda-Angola.

Concluiu-se que este empreendedorismo foi exercido por indivíduos que em média são mais qualificados academicamente, eram maioritariamente desempregados e decidiram criar um negócio motivados sobretudo pela ideia de negócio e sua concretização, mas em menor grau, pela impossibilidade de sobreviver com o salário que auferem. É um empreendedorismo que reproduz os produtos produzidos pela região, com muita 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. O trabalho destes empreendedores informais desde o início da pandemia da Covid-19, ficaram em muitos casos repentinamente impossibilitados de continuar a trabalhar.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Perfil empreendedor, Luanda.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Mapa geopolítico de Angola.	28
Figura 2 – Fluxograma da metodologia de pesquisa.	30
Figura 3 - Evolução da Taxa de Crescimento do PIB Real.	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estrutura setorial do PIB.	31
Tabela 2 - Empresas em Angola e Luanda.	32
Tabela 3 - Dados sobre o empreendedor.	39
Tabela 4 - Dados sobre a empresa.	40
Tabela 5 - Dados sobre a empresa.	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Principais motivações empreendedoras.	24
Quadro 2 - Perfil dos entrevistados .	43
Quadro 3 - Condições de vida dos empreendedores.	46
Quadro 4 - Impacto da pandemia no empreendimento.	47

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANIP	Agência Nacional de Investimento Privado
BUE	Balcão Único de Empreendedor
BNA	Banco Nacional de Angola
CEIC	Centro de Estudos e Investigação Científica
CLESE	Centro Local de Empreendedorismo e Serviços de Emprego
FMI	Fundo Monetário Internacional
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GUE	Guiché Único do Empreendedor
INE	Instituto Nacional de estatística
INEFOP	Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional
MAPTSS	Ministério da Administração Pública Trabalho e Segurança Social
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OIT	Organização Internacional do Trabalho
OPAS	Organização panamericana da saúde
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RDC	República Democrática do Congo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEA	Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial
USD	<i>United States dollar</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 TEMA.....	15
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	15
1.3 OBJETIVOS.....	15
1.3.1 Objetivo Geral.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	15
1.4 JUSTIFICATIVA.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR.....	18
2.2 TIPOS E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	20
2.3 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES DO EMPREENDEDOR.....	22
2.4 EMPREENDEDORISMO E O REFLEXO NA ECONOMIA.....	24
2.5 CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	25
2.6 EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA ANGOLANA.....	28
3 METODOLOGIA.....	31
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	31
3.2 POPULAÇÃO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	32
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	34
4.1.1 Situação geográfica e sociodemográfica.....	34
4.1.2 Produto Interno Bruto (PIB).....	35
4.1.3 Emprego.....	37
4.1.4 Setorial empresarial.....	38
4.1.5 Perfil socioeconômico dos entrevistados.....	39
4.1 PERFIL DOS EMPREENDEDORES.....	43
4.2 HISTÓRICO DOS EMPREENDEDORES QUANTO A SUA MOTIVAÇÃO.....	44
4.3 QUALIDADE DE VIDA DO EMPREENDEDOR E DA FAMÍLIA.....	46
4.4 PERCEPÇÕES RELACIONADAS A PANDEMIA.....	47
5 CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE(S).....	57
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 1.....	58
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 2.....	61

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se caracteriza quando um indivíduo empreendedor vai atrás de uma oportunidade lucrativa e busca iniciar uma nova proposta de valor para construir uma organização que visa o crescimento e alta lucratividade, e isso envolve a criação de novos sistemas, recursos ou processos para produzir novos bens ou serviços e satisfazer a novos mercados (BATEMAN; SNELL, 2006).

Conforme afirmam Lévesque e Minniti (2006, p.11), “o empreendedorismo introduz uma nova dinâmica nos mercados, permitindo a muita gente conseguir emprego, promovendo assim o bem-estar social a todos”. Por esse motivo, a cada dia que passa o interesse por parte dos governos, das universidades de fazer estudos sobre o empreendedorismo tem sido elevado. Identificando a contribuição do empreendedorismo na geração de emprego, no fortalecimento das indústrias estagnadas ou em declínio e no desenvolvimento socioeconômico.

Os primeiros capitalistas e, os primeiros empreendedores, tiveram visibilidade em países mais desenvolvidos graças à existência de condições favoráveis ao desenvolvimento das suas atividades. Já “os países em desenvolvimento têm presenciado recentemente o princípio de empreendedores individuais em pequena escala, que vão de pequenos comerciantes a pequenos prestadores de serviços, como vendedores de rua ou proprietários de pequenas lojas em resultado das reformas baseadas no mercado, na acelerada urbanização, do desemprego e da pobreza” (AZMAT; SAMARATUNGE; FERDOUS, 2009, p.438).

Uma das melhores ferramentas para promover o desenvolvimento social e econômico dos países em desenvolvimento, como é o caso de Angola, é o empreendedorismo. A geração de novas ideias como a substituição de produtos ou serviços e métodos antigos por outros mais eficazes e adequados é, geralmente, permitido pelo processo empreendedor, que desempenha um papel crucial na revitalização da economia e na inovação de processos que conduzem a mudanças tecnológicas e, conseqüentemente, ao aumento da produtividade das empresas e a reestruturação do mercado. De acordo com Lingelbach et al. (2005), o empreendedorismo em países em desenvolvimento difere daquele que é praticado em países desenvolvidos, e a compreensão dessas diferenças é importante para o desenvolvimento do empreendedorismo nos países em desenvolvimento, sendo uma característica importante a reter dos países em desenvolvimento o fato de ser

empreendedor, como forma de sobrevivência, e pelo desejo de independência. Além disso, a maioria tem baixo nível de escolaridade (AZMAT; SAMARATUNGE; FERDOUS, 2009).

Conforme o relatório sobre a economia de Angola (2007), elaborado pela Universidade Católica de Angola (UCAN), o empreendedorismo é reconhecido como um agente para o desenvolvimento contínuo de Angola, uma vez que os empreendedores estimulam a inovação e a competitividade, lidando como catalisadores das mudanças estruturais na economia e impelindo as empresas a melhorar a sua produtividade. Assim, assume-se como essencial estimular a atividade empreendedora 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 crescimento a nível mundial.

Outro relatório intitulado “Estudo sobre o Empreendedorismo em Angola”, realizado pelo Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC, 2008) da Universidade Católica de Angola, em parceria com a Sociedade Portuguesa de Inovação, destacou que a necessidade de melhorar o nível de vida surge entre os fatores que mais motivaram a maior parte dos empreendedores a iniciar uma atividade econômica. Assim, 25% dos adultos angolanos estão envolvidos numa atividade empreendedora, motivados pela oportunidade de aumentar o seu rendimento. Outros 12% entregam-se em iniciativas empreendedoras movidos pela procura de independência econômica, enquanto 16% são encorajados por um misto de fatores de oportunidade e não oportunidade, descreve o relatório.

A economia angolana tem surgido com fortes vitalidades (EIA, 2006; FMI, 2005), apesar de continuar a depender fortemente do petróleo, um setor de capital intensivo, pouco articulado com os outros setores da economia e com pouco impacto na promoção do emprego (EIA, 2006; OCDE, 2005).

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (GEM, 2016), Angola em relação aos países de africanos registou uma taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA) de 35,2% em o que significa que existem cerca de 35 e 36 (indivíduos envolvidos em startups ou na gestão de novos negócios), por cada 100 indivíduos em idade adulta. A taxa TEA em 2016 subiu 13,7% relativamente ao valor registado em 2014.

Sendo assim os empreendedores representam uma grande parte da força de trabalho informal dos países em vias de desenvolvimento e contribuem significativamente para o crescimento econômico, e o seu potencial tem sido subvalorizado e menosprezado (AZMAT; SAMARATUNGE; FERDOUS, 2009). Segundo o Jornal Luso (2010) em Angola a economia formal abrange apenas 12% da população ativa, sendo o setor informal responsável pelos meios de subsistência da "esmagadora maioria" dos angolanos.

Dado o exposto, essa pesquisa tem por objetivo caracterizar o perfil empreendedor, suas percepções e motivações referente ao seu empreendimento e ao ambiente externo com vistas ao desenvolvimento econômico de Luanda-Angola.

1.1 TEMA

Um perfil dos empreendedores em Luanda-Angola.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Quais as razões e motivações que levam os empreendedores a seguir pelas práticas empresariais?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Este trabalho apresenta como objetivo geral caracterizar o perfil empreendedor, suas percepções e motivações referente ao seu empreendimento e ao ambiente externo com vistas ao desenvolvimento econômico de Luanda-Angola.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Apresentar a revisão da literatura referente ao empreendedorismo;
- Caracterizar a província de Luanda e seus envolventes socioeconômicos;
- Analisar políticas adotadas pelo governo relativamente ao incentivo do empreendedorismo;
- Identificar os negócios criados pelos empreendedores.

1.4 JUSTIFICATIVA

Durante quase três décadas de guerra, Angola viveu uma trágica estagnação socioeconômica cujas feridas estão longe de estar curadas. As consequências negativas deste passado ainda estão presentes a todos os níveis da sociedade, com elevados índices de pobreza e analfabetismo, sobretudo nas zonas rurais, persistência de algumas doenças endêmicas, desemprego, insuficiência de infraestruturas (MARQUES, 2013).

Angola vem modificando o seu padrão de gestão pública, com vista a sair “de uma economia dirigida pelo Estado para uma economia direcionada para o mercado com maior atuação das populações” (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD, 2004). Este empenho tem crescido na medida em que as políticas públicas do Estado favorecem a inserção da população para o combate dos diversos problemas que assolam o país, como desemprego, pobreza, exclusão social, falta de infraestrutura, mencionado alguns.

De acordo com o PNUD (2016), o modelo econômico centralizado, adotado anos depois da independência em 1975 associado às guerras que assolaram o país durante 30 anos, distorceu seu tecido econômico, o que contribuiu para destruição do país tendo com isso debilitado seu tecido institucional público e privado.

A par da destruição do tecido institucional, acentuados problemas que deram origem à guerra civil angolana resultaram também no êxodo populacional das províncias do interior, para a capital do país (Luanda) (HODGES, 2002).

O presente estudo entende-se como significativo para a sociedade angolana na medida que, a contribuição do empreendedorismo além de gerar novos postos de trabalhos, conseqüentemente impacta na renda das famílias angolanas.

Estes empreendedores encontram ainda muita dificuldade nos seus negócios de forma a se tornarem sustentáveis e saírem da informalidade para o formal. É importante este estudo por ser um tema ainda carente de estudos científicos no âmbito regional sendo praticado pela maior parte da população porque, conforme refere Bornstein (2006), de entre as coisas mais importantes que podem ser feitas para melhorar as condições do planeta está em construir uma estrutura de apoio social e econômico para multiplicar o número e a eficácia dos empreendedores sociais em âmbito mundial. Espera-se contribuir para o alargamento das práticas relativas à condução de um empreendimento, a fim de que possa ser mais uma possível fonte de

partilha de soluções transformadas e implementadas por outros empreendedores sociais iniciantes ou em atividade.

Esta investigação interessa também ao governo angolano, sobretudo ao governo provincial de Luanda. Os resultados obtidos podem ajudar o governo a adotar políticas públicas que visem incentivar os mesmos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

O empreendedorismo tem abundantes e diversas definições. Porque o termo é usado em áreas muito distintas. Conforme afirmado por Shane e Venkataraman (2000, p.217), “o empreendedorismo vem se tornando um amplo rótulo onde estão abrigadas uma miscelânea de pesquisas”.

O empreendedorismo é uma palavra bastante usada nas empresas e está associada com a criação de empresas ou de um produto novo, mas empreender também é agregar valor e saber identificar oportunidades transformando-as em um negócio lucrativo. Ele origina-se do inglês *entrepreneurship*, oriundo do latim *imprehendere*, que significa buscar, e executar uma empresa (SILVA; PENA, 2017).

Dolabela (1999, p.31) define "o termo empreendedorismo como uma declaração da palavra *entrepreneurship*, que inclui princípios de inovação e iniciativa".

O empreendedorismo é um fato mundial e está conectado ao crescimento econômico. Sendo importante o desenvolvimento de empreendedores que apoiem o país, ocorrendo assim oportunidades de trabalho, renda e maiores investimentos (VALENCIANO E BARBOZA, 2005).

Segundo Sharma e Chrisman (2007), o empreendedorismo é um método 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. O seu papel no desenvolvimento econômico e social é amplamente reconhecido quer pela inserção de novos produtos e novos métodos de produção (BARRINGER E BLUEDORN, 1999).

Joseph Schumpeter (1982), um dos importantes economistas e cientista político austríaco 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.

O termo empreendedor procede da palavra *entrepreneur*, que foi usada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos.

As expressões empreendedorismo e empreendedor surgiram, através de sua importância no meio social e econômico, ocorreu uma necessidade de maior conhecimento e estudos nessas áreas. Em 1932 Joseph Schumpeter entrou como professor na Harvard University. Em seguida foi criado um centro de pesquisa, especialista em empreendedorismo, surgindo assim em 1947 o primeiro curso, (MACHADO e NASSIF, 2014).

Porém, o empreendedorismo teve maior importância nos últimos anos passou a ter o significado atualmente conhecido e a ser considerado essencial para a geração de riquezas dentro de um país, primordialmente, por oportunizar o crescimento econômico, gerar empregos e renda, proporcionando melhores condições de vida para a sociedade em geral.

Com Dolabela (1999), percebe-se que o empreendedorismo é uma área bastante abrangente, com temáticas como a criação de empresas, a geração de autoemprego, empreendedorismo social e políticas públicas.

Drucker (1974) define o empreendedorismo como uma prática e não aceita a definição de que empreender seja arte ou ciência. Retratando a prática como hábito importante, o empreendedorismo, de acordo com Dolabela (1999, p. 31), é:

[...] fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, tal como cidades, regiões, países. Aprende-se a ser empreendedor pela familiaridade com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em uma atmosfera de emoção e é hábil de assimilar a experiência de terceiros.

Portanto, pode-se concluir que o sucesso empreendedor é baseado num conjunto de variáveis comportamentais e ações do indivíduo. Estes conjuntos podem variar de lugar para lugar e a identificação do perfil do empreendedor é feita para que se possa aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas (DOS REIS, 2006). De acordo com Fillion (1999, p.10), “um empreendedor de verdade é aquele que gosta de inventar, aumenta e põe em prática suas ideias e visões”, ou seja, de acordo com o autor, o empreendedorismo estuda a essência do comportamento humano. São considerados conceitos centrais na teoria de empreendedorismo desenvolvida por Knight, o empreendedor e o interesse de correr riscos. Para Knight (1921), é essencial o papel do empreendedor na organização e a sua responsabilidade na função de direção e controle sempre que a tomada de decisões empresariais envolve riscos e incertezas. O empreendedor de Knight é um

indivíduo fundamentado no " *risk taker*" em que a sua vantagem radical é a incerteza. Para Chiavenato (2004), ser empreendedor é ser uma pessoa dinâmica, com percepção financeira para os negócios e cumpridor de propostas; é alguém que começa um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, inovando em sua área de atuação.

Tendo em consideração autores acima identificados que descreveram os conceitos de empreendedorismo e empreendedor, pode-se concluir que o empreendedorismo representa uma nova dinâmica nas economias dos países, sendo uma forma de criar riquezas para as pessoas assim como criar serviços e o empreendedor é um idealizador, aquela pessoa que percebe a ideia de um negócio, se arriscando para colocar em prática seus sonhos, planos e ideias.

2.2 TIPOS E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Os tipos de empreendedores são distintos, transitando pelos motivos que os levam a empreender, até a união de competências e os métodos de trabalho. Para Baggio e Baggio (2015, p. 29) "Não existe unanimidade entre os autores quanto aos tipos de empreendedores".

Leite e Oliveira (2007) classificam dois tipos de Empreendedores: o Empreendedor por Necessidade (criam-se negócios por não haver uma alternativa) e o Empreendedor por Oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa).

Em Angola o exemplo entendido de empreendedores, são os bagageiros¹ pessoas que se movem das províncias, para se instalarem na cidade capital Luanda, usando o autoemprego como meio de sobrevivência o Cangulo², voltado numa primeira fase empregados dos mais antigos no local. Com as suas poupanças, depois compram o seu próprio Cangulo para, mais tarde comprar uma motorizada para fazer o Kupapata³, melhorando posteriormente o seu nível de vida e vivencial social.

Determinados autores descrevem vários tipos de empreendedores, Dornelas (2008), apresenta oito tipos de empreendedores:

¹ Bagageiros: trabalhadores que transportam cargas, com auxílio de Cangulo ou Carrinho de mão.

² Cangulo: Significa carro de mão construído com madeira e roda de carro ligeiro e tem bastante rudeza, suportado 500 kg de peso.

³ Kupapata: Significa na língua nacional Umbundo "agarrar". Expressão que a comunicação social angolana popularizou para identificar o moto táxi.

- O Empreendedor Nato (Mitológico): Geralmente são os mais conhecidos e aclamados, começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas, são visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos.

- O Empreendedor que aprende (Inesperado): É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.

- O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios): É aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e fica à frente dele até que se torne uma grande corporação.

- O Empreendedor Corporativo: O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas.

- O Empreendedor Social: O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular.

- O Empreendedor por Necessidade: O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido.

- O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar): O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração.

- O Empreendedor Normal (Planejado): O empreendedor que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas.

Gartner (1985) argumenta que, as características do empreendedor, constituem fatores que contribuem para a atividade empreendedora. Em acréscimo, ao ambiente abrangente, Lerner e Haber (2001) acresce que, o capital humano, a cultura, a legislação, as parcerias ou relações sociais, e o apoio institucional são

também fatores que contribuem para o empreendedorismo.

Algumas características são decisivas para identificar um indivíduo empreendedor. Apreciando o modo como agem, as características dos empreendedores segundo o Sebrae (2007), são as seguintes:

- Iniciativa: Não ser forçado pelas circunstâncias, agir de forma espontânea;
- Busca de oportunidades: identificar e saber aproveitar oportunidades novas e pouco comuns, estar atento e capaz de perceber no tempo certo, as possibilidades de negócio que o mercado oferece;
- Persistência: Mediante as dificuldades encontradas, não desistir, nunca deixar de ter esperança e lutar para ver seus projetos realizados;
- Busca de informação: Dar valor à informação e buscá-la pessoalmente para elaborar um plano ou tomar decisões, buscar conhecimentos em livros, cursos ou com pessoas que tenham experiência no setor;
- Preocupação com a alta qualidade do trabalho: Ter interesse em manter um alto nível de qualidade nos produtos ou serviços prestados;
- Eficiência: Os recursos necessários e o tempo para realizar as tarefas, e atenção em reduzir o custo;
- Autoconfiança: Confiar na própria habilidade e capacidade;
- Persuasão: Capacidade de convencimento diante dos demais;
- Reconhecimento das próprias limitações: Assumir suas limitações aprendendo com os próprios erros;
- Monitoramento: Perceber o trabalho dos outros para assegurar que o trabalho satisfaz as expectativas relativas a procedimento, planejamento e qualidade;
- Planejamento e monitoramento sistemático: Utilização de análise lógica para aprimorar planos específicos para a tomada de decisões;

Portanto, com todas as pesquisas conclui-se que não existe um único tipo de empreendedor que possa ser apontado ou seguido (DORNELAS, 2008). Por isso, qualquer pessoa pode ser empreendedora.

2.3 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES DO EMPREENDEDOR

A motivação representa um elo importante entre a intenção e a ação, o que quer dizer que os objetivos e as motivações efetuam um papel importante na previsão

do comportamento humano, especialmente no comportamento empreendedor (CARSRUD; BRANNBACK, 2011). As motivações para o empreendedorismo têm sido analisadas à luz de diferentes teorias, como as teorias da motivação de conteúdo ou de processo. As teorias de conteúdo procuram compreender “o porquê” de dado comportamento, ou seja, aquilo que move os indivíduos e pretendem identificar os fatores específicos que motivam as pessoas para fazer algo, dando destaque às causas para dado comportamento (BEARDWELL et al., 2004); partem da ideia de que as pessoas estão motivadas pelo desejo de satisfazerem as suas necessidades e dão resposta à questão “o que motiva o comportamento?” (BORKOWSKI, 2009).

As motivações são geralmente consideradas fatores *push* e podem manifestar-se de duas formas: insatisfação com o trabalho ou instabilidade no mesmo que podem motivar a pessoa a abandonar o seu emprego e tornarem-se empreendedoras; ou então, o desejo de obter maior flexibilidade ou evolução na carreira, ou dificuldade em encontrar emprego, todos eles podem constituir fatores de motivação para entrar no mundo do empreendedorismo (KIRKWOOD; WALTON, 2010).

Dentro dos fatores de *push* existe a distinção entre motivações extrínsecas (associadas a motivações *push*) e intrínsecas (associadas a motivações *pull*) também é uma categorização dos conteúdos motivacionais no empreendedorismo. A motivação intrínseca refere-se ao interesse pessoal na tarefa empreendedora; a motivação extrínseca está relacionada com uma recompensa externa que segue determinado comportamento (CARSRUD; BRANNBACK, 2011). As motivações *push* e *pull* não são mutuamente exclusivas, já que por exemplo, a pessoa pode por um lado, estar desiludida com o trabalho atual e, por outro lado, surgir uma oportunidade noutra contexto. Ainda nesta lógica *push* e *pull*, e segundo um estudo de Carter et al. (2003) as principais motivações dos empreendedores para decidirem se criam ou não um novo negócio está relacionado com a inovação, a independência, a autorrealização, sendo maioritariamente fatores de ordem *pull*. Um outro estudo (RAHMAN; RAHMANL, 2011) revela um novo conjunto de categorias, umas semelhantes ao estudo acima referido, outras diferentes, que ajudam a explicar as motivações para o empreendedorismo: necessidade de realização e necessidade de obter segurança.

Os motivos para o empreendedorismo também incluem razões menos

altruístas como a realização pessoal, Miller et al. (2012) defende que determinadas emoções como a compaixão, podem estar relacionadas com a motivação para o empreendedorismo. Ele argumenta que a compaixão pode ajudar os indivíduos a atingirem a realização de ajudar o próximo através da criação de negócios que acumulam riqueza econômica e social.

O Quadro 1 permite sistematizar as diversas motivações empreendedoras que foram surgindo na literatura.

Quadro 1- Principais motivações empreendedoras.

Categorias	Descrição	Autores
Necessidade de autorrealização	Perseguição de objetivos pessoais; liderar e motivar os outros; desafio pessoal;	Carter et al, 2003.; Rahman & Rahman, 2011; Miller et al, 2012;
Independência	Desejo de liberdade; controlo e flexibilidade na gestão do tempo e do trabalho;	Carter et al, 2003; Miller et al, 2012;
Situação de desemprego ou necessidade de segurança	A existência de poucos postos de trabalho remunerados; a situação de desemprego; insatisfação; melhora nas condições de vida;	Miller et al, 2012; Rahman & Rahman, 2011;
Inovação/criação	Intenção da pessoa de atingir algo novo; desenvolver um novo produto/serviço; continuar aprender; desenvolvimento pessoal;	Carter et al, 2003; Miller et al, 2012;

Fonte: Elaboração própria, 2021.

2.4 EMPREENDEDORISMO E O REFLEXO NA ECONOMIA

De acordo com Leite (2002), a redução dos níveis de emprego está dentre os diversos problemas que afligem a sociedade mundial. Seja pelo desenvolvimento tecnológico, pela globalização, pelos processos de redução de estruturas internas e terceirização em pequenas empresas públicas e privadas, a busca de soluções para ocupar a população economicamente ativa é prioridade nas agendas de líderes e governos mundiais.

A importância do empreendedor para a economia de um país é também citada por Degen (1989, p. 69), para o autor:

“A riqueza de uma nação é medida pela capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar de sua população, (...) por este motivo acreditamos que os melhores recursos que

dispomos para solucionar graves problemas socioeconômicos é a libertação do estímulo da criatividade dos empreendedores através da livre iniciativa para produzir bens e serviços.

De acordo com Carvalho (2013) o empreendedorismo dispõe de grande atenção ao crescimento econômico de um país, garantindo a geração de empresas e criação de postos de trabalho. Para além de gerar valores com impacto social, o empreendedorismo é responsável por motivar a promoção de riquezas de um país.

Conforme Longnecker, Moore e Petty (2004), os empreendedores são valores comuns da vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Sendo assim os empreendedores estão à procura de oportunidades, entendida como uma situação futura desejável, mas que depende da sua capacidade de a concretizar, tornando-se cada vez mais fundamental para as organizações, analisando a necessidade cotidiana de criatividade, do trabalho eficaz, da adição de novas possibilidades, da formação de uma nova atitude de trabalho, produzindo soluções rápidas, constantes e funcionais as organizações (STEVENSON e JARILLO, 2007). “Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar o capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio” (SEBRAE, 2007, p.2). O empreendedorismo é importante para as economias, pois permite que se mantenham competitivas com a geração de empresas e atitudes inovadoras, gerando grande importância na explicação do desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1982). Segundo Naisbitt (1994), o empreendedor é um importante agente econômico na geração de emprego e renda, também um produtor e prestador de serviços à comunidade. Através de seus empreendimentos, identifica, desenvolve e fornece bens e serviços atendendo a necessidade e desejos de indivíduos e organizações.

2.5 CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Com o objetivo de acompanhar o rápido desenvolvimento tecnológico e a globalização dos mercados, dando maior exigência aos consumidores por produtos e serviços com melhor qualidade e tecnologicamente mais avançados, as empresas têm procurado se renovar (DORNELAS, 2015).

Segundo (IBGE, 2020), o Produto Interno Bruto – PIB é o primeiro elemento que aparece quando se trata de crescimento econômico. O PIB é um indicador da

produção econômica local, dando um registro da atividade produtiva de uma determinada região em um determinado período. Dessa forma, um indicador natural para se mensurar o crescimento. Segundo PAULANI e BRAGA (2007, p. 259): “Na análise do desempenho econômico de um país, devemos investigar inicialmente não o valor de seu produto agregado, mas o valor de seu produto per capita, isto é, o produto agregado dividido pela população total”. O crescimento econômico é o aumento da renda real continuado ao longo do tempo. O PIB é a ferramenta natural para se trabalhar com o crescimento, se o PIB cresce, há aumento da renda, se o PIB decresce, há perda da renda. Considerando sempre que essa análise esteja sendo feita na esfera do PIB real, desconsiderando-se também os efeitos da inflação.

Ao debater o crescimento econômico os autores, Vieira, Albert e Bagolin (2007), expõe seu ponto de vista partindo do posicionamento de Siedenberg que crescimento econômico é:

Segundo Siedenberg (2006), crescimento é um processo de mudanças de caráter predominantemente quantitativo, significando aumento em dimensão, volume e/ou quantidade. Nessa mesma linha de raciocínio, considera-se o crescimento econômico como o aumento da capacidade produtiva e da produção de uma economia, em determinado período. Normalmente é medido pela variação do PNB (Produto Nacional Bruto: soma de todos os bens produzidos e serviços realizados enquanto atividades produtivas de uma nação, independente do território onde foram produzidos) ou do PIB [...]. Em suma, de acordo com Vasconcellos (2000), crescimento econômico é o crescimento contínuo da renda per capita ao longo do tempo (VIEIRA; ALBERT; BAGOLIN, 2007, p.3).

Então se pode afirmar que o crescimento está atrelado ao aumento da dinamicidade econômica, seja ela na agricultura, indústria ou no setor dos serviços. Produz-se mais, se oferta mais e se consome (demanda) mais, maior o indicador, maior o PIB.

Schumpeter (1982) destacou o modelo dinâmico da economia, em que ocorrem as transformações que geram o desenvolvimento econômico, ressaltando o importante papel do empreendedor no processo de inovação. Em relação a este ponto de vista, segundo o autor, o empreendedor traz estímulos para o desenvolvimento gerando novas inovações. Segundo Rosas e Cândido (2008, p. 62), “vive-se um período em que o conceito de desenvolvimento tem sido relacionado quase exclusivamente ao fenômeno da dinamização do crescimento econômico”.

Smith (1996) afirma que o desenvolvimento de um determinado país só seria possível quando os agentes econômicos fossem capazes de satisfazer seus interesses individuais de forma espontânea. Segundo ele, o homem movido pelo desejo do lucro passaria a produzir mais e o excedente da produção passaria a ser um benefício para toda sociedade. Alegando isso, o indivíduo ao procurar o seu próprio interesse, promoveria o interesse da sociedade mais do que se realmente procurasse promovê-lo.

Lewis (1960) ressalta que o conceito de desenvolvimento econômico vai além da riqueza ou da maior disponibilidade de bens e serviços. Por isso, o tema desenvolvimento tem sido alvo de grande interesse no âmbito político e acadêmico, a fim de buscar metodologias que promovam o desenvolvimento econômico, juntamente ao tecnológico e social, de maneira a não comprometer as futuras gerações que se aproxima ao significado da palavra desenvolvimento.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2013), ao definir desenvolvimento, inclui as pessoas como os principais atores desse processo. Diante disso, Da Veiga (2005) comenta que o desenvolvimento está relacionado à possibilidade das pessoas de viverem o tipo de vida que melhor lhes convém e de terem oportunidades que lhes permitam fazer suas próprias escolhas.

Segundo a visão de Porter, Sachs & McArthur (2001), o desenvolvimento econômico compreende formas cada vez mais sofisticadas de produzir e competir, implicando a evolução de um recurso baseado no conhecimento econômico. O empreendedorismo é um impulso para as economias, ao nível mundial, e em particular nas economias em vias de desenvolvimento, exercendo um papel crucial na geração de emprego e no combate à pobreza.

Schumpeter (1961) fundamenta a análise do impacto do empreendedorismo no crescimento econômico e na teoria do crescimento endógeno (WENNEKERS E THURIK, 1999), enfatiza o papel do empreendedor como motor do crescimento e descreve como ele desafia as empresas estabelecidas no mercado, introduzindo inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes. O empreendedorismo tem influência no crescimento econômico através da “criação de novas empresas e novos negócios, que por sua vez criam empregos, reforçam a competição, e podem até aumentar a produtividade através de mudanças tecnológicas” (ACS, 2006, p. 97).

Nos últimos anos, o sucesso de muitas economias ditas emergentes são, as principais forças econômicas globais. O empreendedorismo desempenha um papel fulcral neste crescimento econômico (BRUTON et al, 2008). Em conformidade com estes autores, as economias emergentes podem, inclusive, oferecer diversos ensinamentos nesta área. De fato, na sua natureza, a literatura sugere que o empreendedorismo contribui para o desempenho econômico através da inovação, criação de mudança e aumento da concorrência (WONG, HO E AUTIO, 2005).

O empreendedorismo é visto como ferramenta estimuladora do bem-estar social dos países, tanto desenvolvidos quanto em vias de desenvolvimento. Por isso, na contemporaneidade é perceptível os esforços por parte dos governos, na medida em que, a implementação de políticas que visam fomentar o empreendedorismo tem sido prioridade, por se reconhecer nelas a existência da relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico. Vários autores afirmam que o empreendedorismo é eficiente para o crescimento e desenvolvimento das sociedades (FERREIRA, ET AL 2008, REDFORD, 2013).

Para falar de crescimento, faz-se necessário ter cuidado na percepção dele, já que ele e desenvolvimento econômico não são sinônimos, e sim fenômenos distintos. Para Paulani e Braga (2007), o crescimento econômico diz respeito a elevação do produto agregado do país e pode ser avaliado a partir das contas nacionais. Desenvolvimento é um conceito bem mais amplo que leva em conta a elevação da qualidade de vida da sociedade e a redução das diferenças econômica e sociais entre seus membros (PAULANI; BRAGA, 2007, p.255).

2.6 EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA ANGOLANA

Assim como ocorre na maioria dos países da região, o intenso crescimento da população Angolana sobretudo a camada mais jovem, o fraco desenvolvimento da economia e a fraca oferta de novos empregos, têm impactado na nova tendência do empreendedorismo cujos pesquisadores erguem sua importância no desenvolvimento socioeconômico sustentável do país. (MARQUES, 2011). Os países têm procurado, por todo o mundo, dinamizar o empreendedorismo, pois reconhece-se o seu impacto no fomento da competitividade, no fomento do emprego e na criação de riqueza, assim como nos contributos para a inovação e para o desenvolvimento social (FERREIRA et al., 2008).

O empreendedorismo em Angola acompanha o cerne das preocupações governamentais, sendo uma parte vital no processo de crescimento da sua economia a partir da criação de empresas. A crise financeira mundial de 2008 criou um desafio particular para a economia, com a urgência de ter de deixar de depender dos recursos naturais e mudar a atenção para o crescimento do setor privado (MARQUES, 2011).

Angola em função do seu historial e hábitos tem tradição no comércio informal, que detém grande força na economia nacional. A economia informal é definida como pequenas unidades económicas e trabalhadores (profissionais e não profissionais) envolvidos em atividades comerciais fora do mecanismo formalmente estabelecido para conduzir tais atividades. Este é um processo gerador de rendimentos caracterizado pelo simples fato de não ser regulamentado e de não constar nas contas nacionais. A caracterização do mercado informal em Angola começa no início dos anos oitenta; a segunda vem decorrendo desde finais dos anos oitenta até aos dias que correm. O setor informal conheceu um crescimento, considerando o seu ciclo de existência, não estando, de modo algum, limitado às áreas urbanas, e servindo, muitas vezes, de elo entre o rural e o urbano em relação a pequenas atividades. (CHINGALA, 2011).

O relatório da PNUD (1999) sobre a evolução da economia angolana em 1998, realçava a importância do setor informal como origem alternativa de emprego e estimava entre 20% e 30% o seu contributo para o PNB (Produto Nacional Bruto) não petrolífero. No ano seguinte, um estudo sobre as políticas de redução da pobreza (PNUD) estimou que 41% da população de Luanda com idade compreendida entre os 15 e os 60 anos se encontrava ocupada nas atividades informais.

Segundo a (OIT, 2018), em Angola grande parte da população ativa trabalha no setor informal, Angola têm uma economia informal grande, mas não mensura o seu impacto. No entanto a influência desses pequenos comércios na economia é grande, não existem dados concretos sobre o peso da economia informal na economia angolana, mas dados apontam para um peso variando entre 25% e 65% do PIB (FMI, 2017).

Em Angola a economia informal tem-se tornado, cada vez mais importante para o conjunto da economia, permitindo dar um passo em frente no sentido do desenvolvimento de muitas famílias (CHINGALA, 2011). É um espaço onde milhares de pessoas vivendo junto das zonas urbanas sem emprego conseguem encontrar

sustento para as suas famílias (MENDES, 2012). Este mercado tem estado a contribuir igualmente para uma distribuição de rendimentos, com os que têm acesso a bens passíveis de venda no mercado paralelo a enriquecerem rapidamente (CHINGALA, 2011). O executivo Angolano procura modificar esta tendência, mas é um processo que leva tempo. Com a criação do Guiché Único do Empreendedor (GUE), do Balcão Único de Empreendedor (BUE) o que procurou favorecer a transformação do empreendedorismo informal em formal, com valores acessíveis e em pouco tempo, passou a ser possível constituir uma empresa.

Segundo Castelar (2014), o empreendedorismo já faz parte dos angolanos, com tal intensidade que é feita a realização de feiras de autoemprego e empreendedorismo, apoiado por instituições como, o Centro Local de Empreendedorismo e Serviços de Emprego (CLESE), Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional (INEFOP), com a participação de jovens empreendedores das províncias com oportunidade de expor os seus projetos. Porém, ainda segundo Castelar (2014), os CLESE, são organizações sem fins lucrativos, que atuam sob a supervisão do Ministério da Administração Pública, Trabalho e Segurança Social (MAPTSS), que foram criados com o propósito de oferecer apoio aos micros, pequenos e médios empreendedores em Angola.

3 METODOLOGIA

Na perspectiva de Fachin (2001) a pesquisa é o modo que gera compreensão analisando uma realidade e procura novas verdades, informações e pontos de vista sobre o caso. A pesquisa é o conjunto de atividades que permite alcançar os objetivos e conhecimentos verdadeiros, de forma mais segura, econômica e racional (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Segundo Martins e Theóphilo (2009) a metodologia é uma disciplina voltada a seu objeto, localizando e estudando quais métodos serão aplicados, considerando os métodos de uma ciência para obter suas informações, logo as técnicas de um estudo vão além dos recursos utilizados para realizar uma pesquisa (métodos e técnicas), ele indica também qual a forma teórica o pesquisador utilizou para alcançar informações sobre seu objeto de estudo. Todavia, embora não seja a mesma coisa, teoria e métodos são duas ferramentas que devem caminhar juntas de forma integrada e apropriada desde a escolha de um tema, objeto, pesquisa ou investigação (MINAYO, 2010).

3.1 TIPO DE PESQUISA

As escolhas metodológicas desta pesquisa são quanto à abordagem qualitativa. Na visão de Richardson (1999, p. 80), os estudos que adotam a metodologia qualitativa são capazes de “descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

A abordagem se caracteriza como qualitativa, em que para Zampier e Stefano (2013) tal abordagem objetiva aprofundar-se conhecimentos sobre fenômenos que são investigados por meio da visão do pesquisador em um ambiente específico, possuindo relação com o contexto do pesquisado, buscando entender por meio do aprofundamento em experiências, opiniões, ideias e significados.

Quanto à tipologia, definiu-se como descritiva. A pesquisa descritiva pode ser definida como aquela que descreve um fenômeno e conta como ele aconteceu, e através dos resultados alcançados ou já existentes realiza uma interpretação e faz suas avaliações (HYMMAN, 1967). Gil (2010) afirma que, por meio dela, busca-se levantar características e informações de uma população e com isso, estabelecer as possíveis análises entre as variáveis. Também quanto aos meios, definiu-se como

pesquisa exploratória. Segundo (KAUARK et al., 2010), define-se por pesquisa exploratória o meio utilizado para expor ou apresentar um problema encontrado, a fim de se chegar a um objetivo. Geralmente fundamentada em estudos bibliográficos, de campo ou uso de cognição livre.

3.2 POPULAÇÃO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Conforme a definição de Diehl (2006, p. 16):

A população é um grupo de componentes sujeitos a serem mensurados com respeito às variáveis que se pretende levantar. Pode ser criada por pessoas, famílias, empresas, ou qualquer outro tipo de elemento, conforme os objetivos da pesquisa.

Para este estudo, ocorreram duas etapas a saber: A primeira foi a partir de um questionário exploratório enviado via rede social, tal técnica busca respostas a partir de um formulário do *Google Forms* de um grupo já existente de empreendedores angolanos pela rede social Facebook. As perguntas foram voltadas no entendimento de suas percepções sobre ser empreendedor e perguntas sobre seus empreendimentos. A segunda etapa foi feita uma seleção dentro do grupo de respondentes, realizando uma seleção por conveniência de alguns empreendedores respondentes da primeira etapa que em contato via rede social se disponibilizam a participar de uma entrevista em profundidade. O intuito foi entender com mais profundidade o seu entendimento referente ao seu perfil empreendedor, bem como o seu histórico e na atualidade tendo em vista o momento pandêmico a qual está vivendo, foi formulado um fluxograma da metodologia de pesquisa conforme Figura 3.

Figura 3 - Fluxograma da metodologia de pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A amostra do presente estudo é não probabilística, direcionada e intencional, pertencentes a um grupo já existente de empreendedores angolanos. A escolha do grupo deu-se por ser um grupo que já apresentava uma organização, uma rede de comunicação e uma rede de colaboração.

O grupo foi composto por 30 empreendedores, em um primeiro momento fez-se contato com um dos administradores da página, sendo a estratégia para ter acesso aos demais colaboradores. Após o questionário de perguntas semiestruturadas (Apêndice A), foi lançado a página e para o particular de cada colaborador, e por acessibilidade responderam ao questionário 20 empreendedores. Para a segunda fase o critério de seleção ocorreu a partir dos 20 respondentes foi selecionado aqueles que mais descreveram o quesito de pandemia no questionário semiestruturado (5), para a entrevista em profundidade (Apêndice B). Na sequência, foram realizados os agendamentos das entrevistas em profundidade.

Utilizamos as estatísticas descritivas para analisar os dados coletados por meio dos formulários, a fim de descrever o perfil dos empreendedores e as informações em relação aos seus negócios.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Tendo por base os resultados recolhidos junto dos 20 entrevistados que representam o (n) número da amostra e após o seu tratamento estatístico, no presente ponto serão apresentados os principais resultados da investigação. Além disso, vão ser apresentados os resultados que permitem dar resposta aos objetivos pretendidos.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO GEOGRÁFICA, HISTÓRICA E SOCIOECONÔMICA DE ANGOLA/LUANDA)

O presente tópico tem por objetivo desenhar o contexto geral de Luanda, ambiente onde foi realizada a pesquisa e procurar apresentar uma breve contextualização geográfica, histórica e socioeconômica, também, de Angola.

4.1.1 Situação geográfica e sociodemográfica

Angola está localizada no sul da África com uma área de 1.246.700 km². O país é limitado ao oeste pelo Oceano Atlântico e compartilha fronteiras com o Congo e a República Democrática do Congo (RDC) no Norte, a Zâmbia no Leste e a Namíbia no Sul, o país está dividido em 18 províncias. A Figura 1 abaixo ilustra o mapa geopolítico de Angola (INE,2014).

Figura 1- Mapa Geopolítico de Angola



Fonte: INE, 2021.

De acordo com dados do Recenseamento Populacional realizado em 2014 pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), a população em Angola, é estimada em 25.780.024 habitantes, sendo que residem na área urbana 63% e na área rural 37%; 52% da população é do sexo feminino e 48% do sexo masculino. Cerca de 72% da população se encontra concentrada em apenas 7 províncias do país, nomeadamente: Luanda (27%), Huíla (10%), Benguela (9%), Huambo (8%), Cuanza Sul (7%), Uíge (6%), Bié (5%).

Segundo (INE,2014), Luanda é a capital e maior cidade de Angola e localiza-se na região centro-norte do país. Esta província tem uma superfície de 2.418 km² e população estimada de 6.945.386 habitantes, dos quais 3.401.996 do sexo masculino (49% da população total residente) e 3.543.390 do sexo feminino (51% da população total residente, de acordo com último senso realizado pelo instituto nacional de estatística. Por sua vez, a província de Luanda divide-se em seis (6) municípios: Belas, Cacuaco, Cazenga, Icolo e Bengo, Quissama e Viana e tem por capital Luanda o município do nosso estudo (INE, 2014). Luanda é o município mais habitado, enquanto o menos habitado é o da Quissama sendo a idade média da população angolana de 21,1 anos.

Angola regista uma taxa de alfabetismo de 65,6%, sendo que 47,9% da população com 18 ou mais anos de idade afirmam não frequentar nenhum nível acadêmico. E 22% da população dos 5 aos 18 anos encontram-se fora do sistema de ensino; apenas 2,5% da população de 24 ou mais anos se encontra no ensino superior, (INE, 2014).

Angola tem um índice de pobreza bastante elevado, a maior parte população vive abaixo da linha da pobreza definida pelas Nações Unidas. Sobre o bem-estar da população angolana cinco anos após o fim da guerra (INE, 2014), estimava que 65% da população angolana vivia numa situação de pobreza extrema. Um estudo feito pelo INE (2018/2019), indica que o índice de pobreza era de 40,6%.

4.1.2 Produto Interno Bruto (PIB)

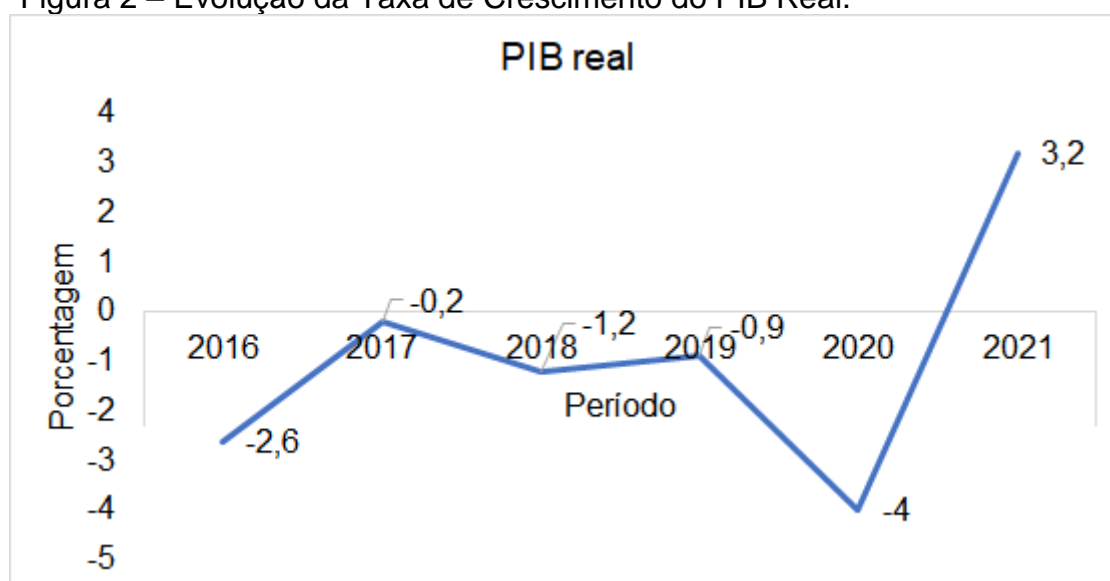
Segundo o Banco Mundial (2010), essas críticas realmente têm suas justificativas ao baixo nível do emprego, expectativas de não existência de petróleo no futuro, quebra nos preços no mercado internacional. (ROCHA, 2011), salienta a necessidade de a economia manter taxas elevadas de crescimento econômico

evitando efeitos exógenos adversos ou de contexto internacional através da dependência do petróleo (ROCHA, 2011).

Segundo Ambrósio (2013), a defesa da diversificação da economia ocorre de forma obscura sem que se pense na conciliação deles, isto é, aumento da produção petrolífera versus influenciador da diversificação da economia sustentável com vistas a elevar os níveis da taxa real de crescimento da economia angolana. Este crescimento econômico, vai atrair como tem acontecido o investimento privado estrangeiro, gerando emprego e bem-estar para a população (ANIP, 2012).

Porém, a Figura 2 mostra a evolução da taxa de crescimento do PIB e projeções no período 2016 a 2021 para que proporcione uma visão mais realista da evolução da economia angolana.

Figura 2 – Evolução da Taxa de Crescimento do PIB Real.



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Banco Mundial, 2021.

O estudo realizado pelo BNA (2013), afirma que Angola passou por progressos significativos feitos na estabilidade macroeconômica e nas reformas estruturais. Angola continua a sofrer os efeitos da descida dos preços do petróleo e dos níveis de produção, notamos no gráfico acima esse sofrimento com uma contração do Produto Interno Bruto (PIB) estimada em cerca de 1,2% em 2018. Sendo que o setor petrolífero contribui para um terço do PIB e para mais de 90% das exportações (Tabela 1).

Tabela 1 - Estrutura setorial do PIB.

Estrutura percentual (%)	Período			
	2016	2017	2018	2019
Setor primário	31,37	30,39	29,72	36,96
Agricultura	5,78	6,27	6,42	5,72
Pescas e derivados	3,44	3,76	3,16	2,54
Diamantes	0,64	0,67	0,54	0,90
Petróleo	21,51	19,70	19,59	27,80
Setor secundário	20,64	22,51	21,87	19,91
Indústria transformadora	5,64	6,73	7,12	6,24
Construção	14,48	15,21	14,18	13,14
Energia	0,52	0,58	0,57	0,53
Setor terciário	47,99	47,09	48,41	43,13
Serviços mercantis	38,6	38,49	38,96	34,65
Outros	9,43	8,61	9,45	8,48

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do INE e OGE, 2021.

No que diz respeito ao peso de cada setor na estrutura do PIB, no ano em referência, ressalta-se, essencialmente, o aumento do setor primário de 29,72% para 36,96%, explicado pelo desempenho dos setores petrolífero e diamantífero. De realçar ainda que os outros dois sectores (secundário e terciário) verificaram reduções nos seus pesos, conforme a Tabela 1. Nota-se que apesar de se ter observado uma diminuição do peso do setor terciário, no período em análise, este continua a ser o setor com maior peso na estrutura do PIB total e maioritariamente dependente das importações, o que espelha a necessidade imperiosa de se intensificar a diversificação da economia.

4.1.3 Emprego

Segundo dados do (INE, 2014), a taxa de emprego em Angola foi estimada em 62,8%, sendo na área urbana significativamente superior à rural (79,4% e 51,4%) respectivamente, apresentando uma diferença de 28 pontos percentuais superior na área rural. A taxa de emprego dos homens (64,9%) excedeu a das mulheres (60,9%) em cerca de 4 pontos percentuais. A taxa de emprego dos jovens com 15-24 anos, foi de 37,9%, não havendo diferença significativa entre homens (38,0%) e mulheres (37,8%). Mais da metade (56,1%) da população empregada, encontra-se no setor da agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (6.034.744 pessoas), seguido do comércio por grosso e a retalho com 19,4% (2.087.546 pessoas). O setor que menos emprega é o setor de atividades financeiras, imobiliária e de consultoria com 0,6% (60.296 pessoas).

Conforme os critérios da Organização Internacional do Trabalho (OIT,

2020), cada pessoa de 15 ou mais anos de idade, apenas deve ser classificada como:

- Economicamente ativa (empregada ou desempregada);
- Economicamente não ativa (inativos).

Na atual situação pandêmica, pessoas nos trimestres anteriores classificadas como desempregadas e pessoas que efetivamente perderam os seus empregos devido à pandemia COVID-19 ⁴ podem, neste trimestre, ser classificadas como inativas. A não disponibilidade para começar a trabalhar, por motivos relacionados com a pandemia, pode levar ao acréscimo da população inativa. A população desempregada, estimada em 4.747.622 pessoas com 15 ou mais anos, diminuiu em 8,9% (461.023 pessoas). Comparativamente ao ano de 2019 (período homólogo) aumentou em 120.465 pessoas.

Conforme dados do BNA (2020), em Angola, a grande maioria das pessoas empregadas têm emprego informal 80,8% (8.685.676 pessoas), das quais 71,1% são homens (3.783.121 pessoas) e 90,3% mulheres (4.902.555 pessoas). Os dados mostram que a taxa de emprego informal é bem maior na área rural que na área urbana (93,3% e 67,5%) respectivamente.

4.1.4 Setorial empresarial

Os dados do INE, reportados na Tabela 2, sobre o número de empresas no de 2020 segundo a forma jurídica permitem concluir pelo forte dinamismo do empreendedorismo a nível nacional e, ainda mais acentuadamente, na província de Luanda. Efetivamente, o número de empresas é maior na cidade capital.

Tabela 2 - Empresas em Angola e Luanda.

Setores de atividade	Número de empresas	
	Angola	Luanda
Indústria extrativa	38	36
Indústria transformadora	290	194
Construção	104	84
Comércio	907	667
Turismo	216	158
Transportes	74	66
Comunicação	9	9

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do INE, 2021.

Rocha (2011), apresenta estimativas da estrutura empresarial por setores

⁴ Covid 19: é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global.

e regiões. De acordo com elas, os serviços mercantis (comércio, transportes, comunicação, atividades 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. A indústria transformadora é o segundo setor de atividade na hierarquia do número de empresas, concentrando entre 8% do total das empresas.

4.1.5 Perfil socioeconômico dos entrevistados

Neste capítulo proceder-se-á a apresentação e discussão dos resultados obtidos da realização de um questionário a empreendedores de Luanda, características demográficas, qualificações, situação profissional anterior e motivações para depois se prosseguir com a caracterização da empresa propriamente dita (Tabela 3).

Tabela 3 - Dados sobre o empreendedor.

	n = (%) n = 20
Idade (anos)	
18-24	6 (30,0)
25-35	13 (65,0)
35-44	0 (0,0)
45-54	1 (5,0)
55-64	0 (0,0)
Gênero	
Masculino	12 (60,0)
Feminino	8 (40,0)
Naturalidade	
Província de Luanda	16 (80,0)
Outras províncias	4 (20,0)
Estrangeiro	0 (0,0)
Situação profissional anterior	
Desempregado	3 (15,0)
Estudante	8 (40,0)
Trabalhador por conta própria	4 (20,0)
Trabalhador por conta de outrem	5 (25,0)
Inativo	0 (0,0)
Qual a motivação para criação do negócio	
Eu não encontrava emprego	5 (25,0)
Eu quero aumentar meus rendimentos	2 (10,0)
Eu quero melhorar a minha posição na sociedade	3 (15,0)
Eu gosto de trabalhar por conta própria	3 (15,0)
Eu tinha ideia de um negócio e quis concretizar	7 (35,0)

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Dada a juventude da população de Luanda, os empreendedores de idade mais avançada têm pouca representatividade na amostra: apenas 1 com 5%, com

idade superior a 45 anos. A faixa etária que regista a maior percentagem de empreendedores é a que compreende as idades entre os 25 a 35 anos (65%), em conformidade com os resultados obtidos da sondagem à população adulta angolana realizada em 2013 e reportados pelo Monitoramento Global de Empreendedorismo - GEM Angola (2013). Os resultados obtidos pela sondagem (GEM ANGOLA, 2013) no seu estudo sobre os determinantes do empreendedorismo em 5 províncias de Angola (Luanda, Benguela, Huíla, Cabinda e Huambo), é de registar que nesse estudo, a maior proporção de empreendedores se encontra inserida na faixa etária entre os 25 e os 34 anos. O sexo masculino igualmente representado na amostra recolhida, ainda que na população da província de Luanda a proporção de mulheres seja ligeiramente superior à de homens (51% mulheres contra 49% de homens, segundo INE (2014)). Quanto à nacionalidade é de referir que a maioria dos empreendedores é de nacionalidade angolana (80% natural de Luanda, a província onde opera, e 20% natural de outras províncias de Angola). A elevada taxa de desemprego na província de Luanda tem alguma importância para o desenvolvimento do empreendedorismo. No entanto, nos empreendedores interpelados, 15% estavam anteriormente desempregados. A maioria dedicava-se aos estudos 40% e apenas 20% trabalhavam por conta própria e 25% por conta de outrem.

Tabela 4 - Dados sobre a empresa.

	n = (%) n = 20
Anos de atividade da empresa	
Um	3 (15,0)
Dois	6 (30,0)
Três	6 (30,0)
Quatro	1 (5,0)
Seis	2 (10,0)
Sete	1 (5,0)
Oito	1 (5,0)
Forma jurídica	
Sociedade jurídica	3 (15,0)
Cooperativa	2 (10,0)
Nome Individual	15 (75,0)
Empresas por setor de atividade	
Comércio por grosso e retalho	3 (15,0)
Construção	2 (10,0)
Atividade financeira, seguros e fundos de pensões	1 (5,0)
Atividade imobiliária	1 (5,0)
Educação	1 (5,0)
Transporte, armazém e comunicações	1 (5,0)
Outros setores	11 (55,0)

Empresas por capital inicial (kz,usd ⁵)	
Menor de 100.000,00 (152,83 USD)	8 (47,1)
100.000,00 - 200.000,00 (152,53 - 305,67 USD)	4 (23,5)
200.000,00 - 300.000,00 (305,67 – 458,50 USD)	0 (0,0)
300.000,00 - 400.000,00 (458,50 - 611,34 USD)	2 (11,8)
400.000,00 - 500.000,00 (611,34 - 764,17 USD)	2 (11,8)
Acima de 500.000,00 (764,17 USD)	1 (5,9)

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A Tabela 4 permite observar que a maior parte dos empreendedores criaram o seu negócio motivado pela ideia de concretização do mesmo (35%), e a falta de emprego (25%). A outra parte dos entrevistados totalizando 40% concordou simplesmente que a oportunidade de aumentar o seu rendimento, melhorar a sua posição social e trabalhar por conta própria foram motivações fundamentais para a criação do seu negócio. Como se pode observar na tabela 6, a maior parte das empresas (60%) têm 2 a 3 anos de idade. Os empreendedores entrevistados na fase dois demonstraram que entre os anos de 2019 e 2020, foram os anos em que mais empresas foram criadas, vale ressaltar que em 2020 foi o ano em que a pandemia de COVID-19 se apresentou com mais intensidade em Angola. Já o ano de 2021, o ano do período da amostra foi o ano em que também mais empresas se criaram (15%). As empresas em nome individual são largamente dominantes na amostra, representando 75% do total e (15%) a sociedade jurídica no conjunto das empresas.

A maioria dos empreendedores se dedica a outros setores como (cosméticos, beleza, cozinha com 55%) destacando-se nestas o comércio por grosso e retalho (15%) e setor de construção 10% esta hierarquia setorial das empresas está em harmonia com os resultados obtidos por Rocha (2011) para a repartição setorial das empresas e a hierarquia setorial do PIB. Como foi referido no capítulo 2, a nível nacional e no período da amostra, a construção e outros setores foram dois dos três setores que mais aumentaram o seu peso no PIB. A maioria dos empreendedores (47%) iniciou o seu negócio com menos de 100.000 Kwanzas (152,83 USD). Todavia, uma parte ainda significativa dos mesmos (23,5% e 23,6%) necessitou de um capital inicial mais substancial: entre 200.000,00 e 500.000,00 mil Kwanzas (305,67 e 764,17 USD).

⁵ Valores conforme o câmbio do dia 03/05/2021.

Tabela 5 - Dados sobre a empresa.

	n = (%) n = 20
Financiamento	
Empréstimo bancário	1 (5,0)
Empréstimo familiar	2 (10,0)
Poupança	15 (75,0)
Amigos	2 (10,0)
Porcentagem de fundos próprios	
Menos de 5%	6 (27,3)
5% - 25%	5 (22,7)
26% - 50%	2 (9,1)
51% - 75%	2 (9,1)
Mais de 75%	7 (31,8)
Localização do negócio	
Província de Luanda	14 (70,0)
Outras províncias	5 (25,0)
Estrangeiro	1 (5,0)
Quantos clientes consideram o produto ou serviço novo ou desconhecido	
Todos	3 (15,0)
Alguns	14 (70,0)
Nenhuma	3 (15,0)
Teve queda ou aumento de faturamento na pandemia	
Sim	15 (75,0)
Não	5 (25,0)

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A maioria dos empreendedores entrevistados 75% recorreu às suas poupanças para financiar o início da sua atividade. Os empréstimos junto de familiares e amigos constituíram outras duas fontes de financiamento utilizadas por um número ainda significativo de empreendedores, 20%. O recurso ao empréstimo bancário apenas foi utilizado por 5% dos entrevistados, o que indica que a grande maioria não recorreu ao crédito bancário para iniciar o seu negócio, o que entra em concordância com o estudo de Mendes (2012) que afirma um fraco apoio das instituições financeiras públicas e privadas de Angola.

Essa constatação do pouco peso do setor financeiro no financiamento da criação de negócios está clara na elevada percentagem dos fundos necessários para o arranque dos negócios. Como se pode observar na Tabela, a percentagem de fundos próprios utilizados para arrancar o negócio ultrapassou os 30%, sendo o autofinanciamento a principal fonte de financiamento.

A análise da tabela nos permite enxergar que o negócio da grande maioria dos entrevistados sendo 70% se abarca à província de Luanda, e 25% em outras

províncias e uma pequena dimensão no estrangeiro 5%. Dos respondentes, 70% dos empreendedores são de opinião que alguns dos seus clientes consideram os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos, enquanto os restantes 30% têm a percepção que todos ou nenhum dos seus clientes consideram os seus produtos/serviços novos ou desconhecidos. Este é um resultado em concordância com os resultados da sondagem à população adulta angolana realizada em 2016, onde, 35,3% dos empreendedores *early-stage* consideram que os produtos ou serviços que disponibilizam são novos para todos ou alguns clientes (GEM ANGOLA, 2016). Ainda assim, 80% dos entrevistados considera usar as redes sociais para propagação dos seus negócios. No que diz respeito a queda e aumento do faturamento no momento pandêmico 75% dos empreendedores na gestão de negócios novos e em crescimento afirmam queda acima de 50% do seu faturamento e outra metade 25% aumento de faturamento, muitos solidificaram suas bases nos antes-pânico, sendo que a pandemia começa no final de 2019, mas só atingiu o extremo em Angola em junho de 2020 (OPAS, 2021).

4.1 PERFIL DOS EMPREENDEDORES

Nesta secção começar-se-á por analisar os dados dos empreendedores que mais relataram sobre o seu empreendimento neste momento pandêmico, foram entrevistados (P1, P2, P3, P4, P5), tendo ênfase no indivíduo, fundador de uma empresa, designando essa pessoa de “empreendedor”: o indivíduo que criou um negócio (Quadro 2).

Quadro 2 - Perfil dos entrevistados.

Nome	Idade (anos)	Escolaridade	Profissão	Ramo	Residentes em domicílio
P1	26	Superior	Corretor de imóveis	Imobiliário	4 (entrevistado, mãe e irmãos)
P2	28	Superior	Trancista	Beleza	8 (entrevistada, pais e irmãos)
P3	47	Fundamental	Cozinheira	Cozinha	2 (entrevistada e filha)
P4	25	Superior	Corretor	Corretor de seguros	9 (entrevistado e pais e irmãos)
P5	29	Mestrado	Engenheiro/retalhista ⁶	Engenharia	7 (entrevistado, pais e irmãos e sobrinho)

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Na fala percebeu-se que o foco destes empreendedores depois de concluir

⁶ Retalhista: comércio à porta de casa, barracas etc.

sua graduação, era a necessidade de estar inseridos no mercado de trabalho. Quanto à conjuntura familiar, as entrevistadas P2, P4 e P5 moram com seus pais e irmãos, enquanto duas destas P1 e P3 encontram-se sendo o sustento da família sendo abandonadas pelo esposo.

4.2 HISTÓRICO DOS EMPREENDEDORES QUANTO A SUA MOTIVAÇÃO

No que diz respeito ao histórico de motivação para empreender, os respondentes destacaram a falta de emprego como uma das maiores motivações.

Assim, na visão de P1 (2021), após concluir a sua formação e na busca do primeiro emprego, depois de já ter enviado alguns currículos, foi chamado para trabalhar em uma empresa do setor imobiliário, que deveria prestar assessoria jurídica e prestar serviços de consultor imobiliário, no ano de 2019. À medida que foi crescendo dentro da empresa e no setor, associado com os enormes atrasos salariais e algumas normas internas que lesavam a sua conduta moral e social (desonestidade dos sócios seniores), sentiu-se obrigado a escolher entre permanecer nas péssimas condições que se encontrava ou ir atrás de outra coisa que lhe garantisse além de um aumento salarial, paz de espírito e tranquilidade futura. Mas acima de tudo, ter o poder de tomar decisões sobre determinados temas e ajudar os seus familiares próximos que na época estavam desempregados, pois ele tinha algo que seus familiares não tinham (a formação e instrução acadêmica). Foi neste período que ele decidiu sair, chamou um irmão (R7) para ser seu companheiro e ensinou-lhe tudo o que sabia e juntos começaram o serviço de mediação imobiliária (angariação, apresentações e negociações). Não tinham a empresa ainda constituída (legalmente), mas a nível de denominação, logo, marca e mídias sociais estava tudo feito. Três meses mais ou menos passaram-se e decidiram cumprir com os procedimentos legais para constituir a empresa, conseguimos a documentação legal toda em junho de 2020. Resumindo, a necessidade da autoafirmação no setor imobiliário, a vontade de ajudar os seus familiares próximos estiveram na base para começar a empreender (informação verbal)⁷.

A partir desse contexto, observa-se que a busca por emprego e a dificuldade de o encontrar foi a maior motivação para emigrar ao campo do

⁷ Informação fornecida pelo entrevistado corretor de imóveis P1 em 03/05/2021.

empreendedorismo.

Nesse sentido:

A procura por emprego e dificuldade de encontrar, fez despertar em mim a necessidade de usar as minhas habilidades, sendo assim comecei a empreender naquilo que já sabia fazer que é trançar. Comecei de forma pequena recebendo minhas clientes em casa, com o tempo comecei a crescer e decidi alugar um espaço para abertura do meu estabelecimento (salão de cabeleireiro) com foco nas tranças. Motivada pela vontade de ser útil na sociedade, crescer e ajudar meus familiares, consegui me estabelecer e ter um público que se identifica com o que faço, embora seja comum encontrar diversos concorrentes nesta área. (P2, 2021. Informação verbal)⁸

Assim, a partir do questionamento entende-se que a busca pela sobrevivência e melhoria das condições de vida foi um dos índices que motivou alguns dos empreendedores na criação do seu negócio. A empreendedora P3 (2021) respondeu que por ter baixa escolaridade, teve certa dificuldade em encontrar um emprego, sendo mãe solteira decidiu empreender no ramo da cozinha. Por não ter como sobreviver sempre lutou para conseguir sentir-se útil na sociedade, e assim dar melhores condições de vida e uma formação a sua filha. No começo foi para pessoas conhecidas e depois de um tempo conseguiu abrir uma cozinha maior, com entregas para diversas empresas e hoje consolidada no mercado. Hoje sente-se realizada e feliz por conseguir gerar emprego para outras pessoas e fazer o que gosta. Sua maior motivação sempre foi a filha e a vontade de sobreviver em um país em que tudo parece ser difícil. (informação verbal)⁹.

A vontade de ajudar as pessoas e suprir as lacunas do país, no que diz respeito à dificuldade de emprego foi bastante destacada pelos entrevistados:

Suprir de alguma forma as dificuldades do país, foi impulsionador para P4 empreender na área financeira de fundos e seguros. Sem esquecer que precisa de alguma forma aumentar a renda da sua família, na qual sempre primou por ajudar seus pais já idosos, então junto com seus irmãos mais velhos são responsáveis por suprir as necessidades de casa. (P4, 2021. Informação verbal)¹⁰.

O entrevistado P5 demonstrou um sentimento de gratidão em relação a página pois fazer parte dela aumentou a credibilidade do seu negócio e passou a ser mais conhecido por meio das redes sociais por conta das diversas atividades proporcionadas pela mesma para o crescimento e maior entendimento do seu público

⁸ Informação fornecida pela entrevistada cabeleireira P2 em 04/05/2021.

⁹ Informação fornecida pela entrevistada cozinheira P3 em 06/05/2021.

¹⁰ Informação fornecida pelo entrevistado corretor de seguros P4 em 06/05/2021.

sobre o empreendedorismo:

Morando com os seus pais, formou-se fora de Angola e quando regressou para o país teve imensas dificuldades em encontrar um emprego, e por conta disso decidiu empreender e assim proporcionar a sua família a possibilidade de fazer parte deste negócio. O fato de ter um filho que não mora comigo aumentou a minha motivação e responsabilidade de empreender. Decidiu abrir uma empresa que fornece serviços de decoração, cozinha e pasteleria juntamente com a sua família. Sempre teve uma inclinação para o empreendedorismo, por conta da dificuldade de certos produtos em Angola, na época em que ele fazia a faculdade já comercializava alguns produtos do país em que se formou para Angola, continuando até hoje, mas por conta da pandemia estamos estagnados. A maior motivação sempre foi me sentir útil e não ficar dependente de outras pessoas. (P5, 2021. Informação verbal)¹¹.

Para Ferreira et al. (2008), empreender é relevante porque contribui para a execução de uma atividade econômica que visa o desenvolvimento do indivíduo e do país onde vive. Na pesquisa realizada constatou-se que empreender permite acesso a bens e serviços essenciais que representam, ao mesmo tempo, meios de sobrevivência e melhoria das condições de vida. A motivação de empreender fornece uma contribuição para a criação de emprego, revelando-se um terreno, de certa forma, propício para a acumulação de capital, funcionando como um instrumento de distribuição de rendimentos familiar (CHINGALA, 2011, p. 35).

4.3 MELHORIA NA QUALIDADE DE VIDA DO EMPREENDEDOR E DA FAMÍLIA

No que tange a melhora da qualidade de vida, vale destacar que os entrevistados não estão focados simplesmente na melhoria de vida pessoal, mas da sua família, buscando reconhecimento perante sociedade, é uma realização pessoal (Quadro 3).

Quadro 3 - Condições de vida dos empreendedores.

Condições de vida	
P1	Empreender certamente foi o melhor passo que dei até hoje, e modificou a minha vida e a vida da minha família de forma positiva. Até antes da minha formação, a minha mãe era a única e responsável pela família e pela casa (refiro-me a logística, manutenção da casa e até mesmo a nossa fonte de recurso, digo, para mim, para os meus dois irmãos e as duas pessoas que viviam em casa, as despesas hospitalares, acadêmicas e até sociais (impostos) eram pagos por ela. A nível familiar eu consegui conceder emprego aos meus primos, as despesas pontuais e correntes da casa passaram a 80 a 90% para mim, e não me importo pois tenho capacidade financeira para as suportar, e a minha mãe simplesmente auxilia. Posso afirmar que houve uma ligeira transição de STATUS SOCIAL, se éramos uma família de classe média, agora estamos bem melhores, temos uma renda diária superior a AOA 10.000,00 e conseguimos manter assim o mês todo, temos em casa os serviços sociais instalados e funcional. Do nosso empreendimento vieram os nossos meios de transporte pessoal. Atualmente recebe 4/5 vezes mais do que eu ganhava enquanto funcionário de outrem.
P2	Mudou a minha vida de uma forma positiva pois, comecei a ter rentabilidade que já ajuda muito a

¹¹ Informação fornecida pelo entrevistado retalhista P5 em 08/05/2021.

	minha família. Transformou a minha realidade de uma forma muito significativa, porque através do meu trabalho me sinto meio realizada a cada cliente que fica satisfeita e a cada cliente que adere ao meu trabalho.
P3	Sinto-me realizada por ter contribuído com a formação da minha filha, pois para nós o melhor da vida é ver nossos filhos realizados e ver ela conseguir o que eu não consegui por dificuldade financeira é uma realização. Hoje considero-me que tenho uma via estável e sou de certa forma mais respeitada e valorizada.
P4	Deixei de depender simplesmente de um salário já que com o empreendimento foi possível acrescentar na renda da casa. Ainda não considero que tenha havido uma grande mudança evidente, mas certamente que já não sou o mesmo.
P5	Certamente modificou, pois passei a deixar de depender dos meus pais e passei a ser contribuinte para o sustento da minha família.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

O empreendedorismo pode ser uma alternativa para possibilitar a criação de emprego e produzir renda para pessoas que não têm acesso ao mercado de trabalho, melhorando a qualidade de vida (DA VEIGA, 2005).

Para Da Veiga (2005), o empreendedorismo não busca apenas contribuir para o desenvolvimento pessoal, mas para o desenvolvimento familiar. O autor aborda que o empreendedorismo possibilita uma vida melhor, e autonomia nas decisões.

4.4 PERCEPÇÕES RELACIONADAS A PANDEMIA

No que tange às percepções sobre a pandemia, vale destacar que os entrevistados apontam o início da pandemia como difícil, destacando que muitos setores se viram em uma crise devido ao isolamento social e *lockdown* pelo país. Sendo assim, todos tiveram de se reinventar e se adaptar ao novo normal proposto. Como os estabelecimentos tinham que se manter fechados por muito tempo, ou com restrição de funcionamento, os empreendedores tiveram que investir em outras maneiras para continuar lucrando e vendendo, sendo os canais de venda online mais procurados, sendo assim segue abaixo o Quadro 4 detalhando o momento pandêmico dos empreendedores:

Quadro 4 - Impacto da pandemia no empreendimento.

Pandemia	
P1	Os três primeiros meses de uma empresa ditam a sua continuidade, mas as bases em que se constroem as sociedades ditam mais e melhor a sua continuidade, e nós tivemos e temos boas bases. O nosso setor é dinâmico, muita gente ficou privada em seus imóveis por um bom tempo, mas a vida precisa continuar, as pessoas mudam de emprego e precisam de mudar de residência, os filhos mudam de colégios e os pais precisam de mudar de residência, a situação econômica do país não está muito boa e pessoas precisam de desfazer-se de imóveis, ao passo que alguns fazem bons negócios e estão à procura de imóveis para adquirir, houve realmente uma ligeira queda e por uns três ou quatro meses o mercado parou, mas pelas razões que mencionei e outras por mencionar, e principalmente por estarmos no setor que diz entre aspas de primeira necessidade, conseguimos nos manter e manter a nossa carteira de clientes. Optamos todos pelas vendas a distâncias, por teleconferências, visitas presenciais somente se

	necessário e seguindo as normas impostas pelas autoridades sanitárias, a publicidade digital hoje é o nosso maior parceiro. Quanto ao faturamento não tivemos queda, primeiro porque tivemos um bom estudo do mercado, e já projetamos a empresa com a situação da pandemia. Nota que a pandemia começa em 2019 o mesmo ano que estávamos a começar, mas só atingiu o extremo em Angola em junho de 2020, então nós tivemos aí uns 7/8 meses de preparo, tivemos faturamento quase nulo de março a junho de 2020 e começamos a ter superávit a partir de agosto e temos em médias de AOA 500.000,00 de receita líquida.
P2	Tenho conseguido empreender nessa pandemia seguindo as medidas de segurança e reduzir o número de clientes ao dia, porque se antes eu tinha 5 a 6 clientes marcados, agora com a pandemia só tenho 2 clientes marcada ao dia. Sim apresentou uma queda de quase 60% do faturamento antes da pandemia.
P3	No princípio a dificuldade foi maior por ser no setor de cozinha e prestando serviços a empresas, tivemos que parar porque as empresas começaram a trabalhar por casa e assim não tinham a necessidade de pedir almoços. Tendo assim uma queda de quase 80% e me reconstruindo aos poucos porque acabamos por contar simplesmente com as encomendas que era uma vez ou outra.
P4	Algo que precisamos compreender é que enquanto houver necessidade, sempre vai existir uma oportunidade de negócio, sempre existe algo que está disposto a adquirir algum produto. É nisto que me asseguro para aproveitar esse tempo de dificuldades e crise. Não há organização nenhuma que não apresentou alguma debilidade ou queda no faturamento, então afirmo que sim reparamos alguma queda no faturamento, com a diminuição da circulação tem diminuído a frequência de clientes, esses e muitos outros fatores influenciaram.
P5	Tem sido bastante difícil porque tivemos que parar devido os voos por conta dificuldade de envio, quanto aos outros empreendimentos tivemos nos adaptar às limitações impostas pela COVID e o Governo. E certamente diminuindo o faturamento pela diminuição do público também.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A pandemia do novo coronavírus trouxe grandes desafios para os entrevistados. As formas de se relacionar com clientes e vender precisaram mudar, assim como a rotina de trabalho. Muitos negócios não resistiram a essa nova realidade e tiveram de se reinventar. Porém, a crise se apresentou como oportunidade para muitos empreendedores, especialmente para aqueles que enxergavam que o mercado de consumo caminhava invariavelmente para o mundo digital (SEBRAE, 2020).

5 CONCLUSÃO

A finalidade que nos propusemos neste trabalho de conclusão de curso auxilia para o aprofundamento do conhecimento do perfil do empreendedor angolano. Estudos de âmbito nacional como os realizados pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) sobre o empreendedorismo em Angola são com certeza muito importantes para ele. As desigualdades regionais, tornam também muito relevante estudos que reflitam sobre as regiões, que destaquem as suas diferenças e particularidades relativamente ao todo nacional, e permitam orientar a política econômica no sentido de reduzir estas desigualdades.

Os elevados índices de pobreza e de desemprego vivenciados ao nível nacional e, com particular intensidade, pela província de Luanda leva-nos a crer que a evolução do empreendedorismo em Luanda, compreenderia sobretudo pela necessidade de sobrevivência. De frisar que uma das suas maiores motivações foram as motivações associadas à necessidade de emprego, e motivações associadas à aspiração de avanço socioeconômico com a concretização de suas ideias de negócio e, assim, consideradas pelo GEM motivações de oportunidade. Em geral estes empreendedores por serem estudantes, possuem fundos próprios ou apoio de familiares e amigos que lhes permitiram iniciar negócios de pequena proporção. O estudo mostrou que os empreendimentos se revelaram pouco orientados para a inovação e internacionalização, sendo que os entrevistados tiveram especialização produtiva da região. O empreendedorismo feminino e masculino mostrou que o sexo masculino está mais inclinado ao empreendedorismo.

A atividade desenvolvida por estes empreendedores é responsável por garantir a assistência à sua família (educação, alimentação e saúde). Estes empreendedores acreditam que a sua situação financeira melhorou com o exercício da atividade informal. Sendo que eles sendo informais constituem um consumidor e/ou cliente relevante para as empresas formalmente estabelecidas (empresas do setor de telecomunicação, supermercados e armazéns).

Em média, esses empreendedores encontram-se a desenvolver a atividade há pelo menos 3 anos, sendo que um trabalhador informal trabalha duas horas a mais comparativamente ao indicado pela LGT (8h por dia). A maioria nunca tentou licenciar a sua atividade ou não tem recursos suficientes para o fazer.

Com essa reflexão conclui-se que a maior parte dos empreendimentos a

partir das ações de distanciamento social tomadas pelos Governos, foram bastante impactados. Quanto ao impacto do fechamento das empresas que não atuam em atividades essenciais, como medida preventiva ao COVID-19, os empreendedores afirmam que o impacto é alto, apontando que os empreendimentos tiveram perdas de mais de 80% na receita de seu empreendimento.

Por esses e outros motivos, sugere para futuras investigações continuação do estudo, na perspectiva da necessidade de o governo criar um ambiente de apoio à organização dos empreendedores informais; providenciar acesso a um treinamento apropriado; melhorar a infraestruturas e os serviços de apoio à atividade empreendedora; intensificar as iniciativas de educação e inclusão financeira; aumentar a capacidade de obtenção de acesso ao crédito.

REFERÊNCIAS

ACS, Z. How is entrepreneurship good for economic growth? **Innovations: technology, governance, globalization**, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2006.

ANIP. **Relatório de Dados Estatísticos: Investimentos Estrangeiros em Angola**. 2012.

AMBRÓSIO, H.S.A. Posição do crescimento do PIB de Angola na SADC antes e após

a crise de 2008 e efeitos na economia da região e do país. **Revista Intratextos**, v. 5, n. 1, p. 42-63, 2013.

AZMAT, F; SAMARATUNGE, R. Empreendedorismo responsável em países em desenvolvimento: compreender as realidades e complexidades. **Journal of Business Ethics**, v. 90, n. 3, pág. 437- 452, 2009.

BANCO MUNDIAL. **Doing Business** .2010. Disponível em: <https://portugues.doingbusiness.org/pt/data/exploreconomies>. Acesso em: 28 mar. 2021.

BNA. Banco Nacional de Angola. **Relatório de contas**. 2013. Disponível em: <https://www.bna.ao/uploads/%7B7a36c1e5-435d-4b59-8b3a-bd2d17134bad%7D.pdf>. Acesso em: 28 de mar. 2021.

BNA. Banco Nacional de Angola. **Relatório de contas**. 2020. Disponível em: [bna.ao/uploads/%7B8247afaa-b6a2-48aa-be38-6f0e87b40e2e%7D.pdf](https://www.bna.ao/uploads/%7B8247afaa-b6a2-48aa-be38-6f0e87b40e2e%7D.pdf). Acesso em: 28 de mar. 2021.

BATEMAN, T. S.; SNELL, S. A. **Administração: novo cenário competitivo**. São Paulo Atlas, 2006.

BAGGIO, A. F; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BARRINGER, B. R., e BLUEDORN, A. C. "The Relationship Between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management", **Strategic Management Journal**, 20(5), pp. 421 - 444. 1999.

BEARDWELL, I; HOLDEN, L; CLAYDON, T. **Gestão de recursos humanos**. Uma abordagem contemporânea 4ª edição. 2004.

BORNSTEIN, R.F. A Freudian construct lost and reclaimed: The psychodynamics of personality pathology. **Psychoanalytic Psychology**, v. 23, n. 2, p. 339, 2006.

BORKOWSLI, Nancy. DBA Atitudes e percepções. **Comportamento organizacional em saúde**, p. 41, 2009.

BRUTON, G. D.; AHLSTROM, D; OBLOJ, K. **Entrepreneurship in emerging economies: Where are we today and where should the research go in the future. Entrepreneurship: Theory and Practice**. 2008.

CASTELAR, R. Feira de Autoemprego e Empreendedorismo. **Luanda**, 2014.

CARVALHO, R.N. Empreendedorismo: importância econômica e social. **Administradores. com João Pessoa**, v. 27, 2013.

CARSRUD, A; BRÄNNBACK, M. Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 9-26, 2011.

CARTER, N. M. et al. The career reasons of nascent entrepreneurs. **Journal of**

Business Venturing, v. 18, n. 1, p. 13-39, 2003.

CEIC - Centro de Estudos e Investigação Científica. **Estudo sobre o Empreendedorismo em Angola. Universidade Católica de Angola e Sociedade Portuguesa de Inovação**. SPI. 2008.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. editora manole, 2004.

CHINGALA, A. As experiências do empreendedorismo feminino em Angola. **Angola: Divisão do Fomento do Emprego-INEFOP**, 2011.

DA VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Editora Garamond, 2005.

DEGEN, R. J; MELLO, A. A. A. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. McGraw-Hill, 1989.

DIEHL, A. A; TATIM, D.C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. Pearson Brasil, 2006.

DOS REIS, D. et al. Empreendedorismo e desenvolvimento local sustentável. **Caderno de administração**, v. 14, n. 2, p. 14-24, 2006.

DOLABELA, F. O.; DE LUÍSA, Segredo. Cultura e Editores associados. **São Paulo**, 1999.

DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor, Cultura e Editores Associados. **São Paulo**, 1999.

DOLABELA, F. O Segredo de Luísa. 30^a ed. **São Paulo**: cultura, 2006.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo corporativo**. Elsevier Brasil, 2015.

DRUCKER, P.F. **O Gerente Eficaz**. Trad. Jorge Fortes. 1974.

EIA. Angola: **Country analysis briefs**,” **Energy Information Administration**. pp. 1–8. 2006. Disponível em:< <https://www.eia.gov/>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologias**. Saraiva Educação SA, 2001.

FERREIRA, M.P; SANTOS, J.C; SERRA, F.R. Ser Empreendedor–Pensar. **Criar e Moldar a Nova**, 2008.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários- gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FMI. Fundo Monetário Internacional. **Angola: Recent Economic Developments**,

Washington: 2005.

FMI. Fundo Monetário Internacional **Angola: Recent Economic Developments, Washington 2017.**

GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of management review**, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, "**Empreendedorismo em Angola**", Relatório Executivo, 2013.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, "**Empreendedorismo em Angola**", Relatório Executivo, 2016.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. reimpr. **São Paulo: Atlas**, v. 201, 2010.

HODGES, T; SOARES, Francisco R. **Angola: do afro-estalinismo ao capitalismo selvagem**. 2002.

HYMMAN, H.H. **Planejamento e análise da pesquisa: princípios, casos e processos**. Lيدador, 1967.

INE. Instituto Nacional De Estatística. **Relatório**. 2007. Disponível em: <https://www.ine.gov.ao/>. Acesso em: 29 mar. 2021.

INE. Instituto Nacional De Estatística. **Censo da População**. 2014. Disponível em: <http://censo.ine.gov.ao/xportal/xmain?xid=censo2014>. Acesso em: 29 mar. 2021.

INE. Instituto Nacional De Estatística **Relatório**. 2020. Disponível em: <https://www.ine.gov.ao/>. Acesso em 29 mar. 2021.

INE. Instituto Nacional De Estatística. **Censo da População**. 2014. Disponível em: <http://censo.ine.gov.ao/xportal/xmain?xid=censo2014>. Acesso em: 29 mar. 2021

INTERNATIONAL MONETARY FUND. **World Economic Outlook**. IMF, acesso em maio. 2021.

JORNAL LUSO. **O empreendedorismo no desenvolvimento do cidadão**. Artigo 40, 1233 adição. 2010.

KAUARK, F.S; MANHÃES, F.C; MEDEIROS, C.H. **Metodologia da pesquisa: um guia prático**. 2010.

KIRKWOOD, J. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. **Gender in Management: An International Journal**, 2009.

KNIGHT, F. H. The place of profit and uncertainty in economic theory **Risk,Uncertainty and Profit**, 1921.

LEITE, A; OLIVEIRA, F. **Empreendedorismo e novas tendências**. Estudo EDIT VALUE empresa Júnior, v. 5, p. 1-35, 2007.

LEITE, E.F. **O fenômeno do empreendedorismo**. recife: bagaço, 2002.

LÉVESQUE, M; MINNITI, M. The effect of aging on entrepreneurial behavior. **Journal of business venturing**, V. 21, N. 2, P. 177-194, 2006.

LERNER, M; HABER, S. Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship, and the environment. **Journal of business venturing**, v. 16, n. 1, p. 77-100, 2001.

LEWIS, W.A et al. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Zahar, 1960.

LONGNECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Pearson, 2004.

LINGELBACH, D. C.; DE LA VINA, L; ASEL, P. O que há de diferente no empreendedorismo orientado para o crescimento nos países em desenvolvimento? **Documento de Trabalho do Centro de Negócios do UTSA College of Global Entrepreneurship**, n. 1, 2005.

MACHADO, H. P. V; NASSIF, V.M. J. Réplica- Empreendedores: reflexões sobre concepções históricas e contemporâneas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 892- 899, 2014.

MARCONI, M.A; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed.- São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, G. D. A. THEÓPHILO, C.R. Metodologia da investigação científica. **São Paulo: Atlas**, p. 143-164, 2009.

MARQUES, S. Empreendedorismo em Angola: entre as ideias e a ação. **Luanda: Panzo Consulting Firm**, 2011.

MARQUES, A. Segredo da descolonização de Angola: toda verdade sobre o maior tabu da presença portuguesa em África. **Don Quixote. Lisboa**, 2013.

MENDES, A.I.M. **Empreendedorismo e crescimento Econômico: o caso de Angola**. 2012. Tese de Doutorado.

MILLER, T. L. et al. Aventurar-se pelos outros com coração e cabeça: como a compaixão incentiva o empreendedorismo social. **Academy of management review**, v. 37, n. 4, pág. 616-640, 2012.

MINAYO, M.C.S. Ciência e Cientificidade. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 29ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

NAISBITT, J. **Paradoxo global quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores: nações, empresas e indivíduos**.

Campus, 1994.

OIT. **A OIT e a Economia Informal**. 2020. Disponível em: <https://www.ilo.org/lisbon/lang--pt/index.htm>. Acesso em: 14 abr. 2021.

OIT. **A OIT**. 2018. Disponível em: <https://www.ilo.org/lisbon/lang--pt/index.htm>. Acesso em: 14 abr. 2021.

OCDE. **“Perspectivas econômicas na África: Angola,” Discussion paper, Organization for Economic Cooperation and Development**. 2005, pp. 50-63.

OPAS. Organização panamericana da saúde. 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/search/r?keys=angola>. Acesso em 05 maio.2021.

PAULANI, Leda Maria; BRAGA, Márcio Bobik. **A nova Contabilidade Social: uma introdução a macroeconomia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

PORTER, M.; SACHS, J.; MCARTHUR, J. Executive summary: Competitiveness and stages of economic development in the World Economic Forum. In: **The Global Competitiveness Report 2001-2002. Switzerland: World Economic Forum**. 2001.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. Angola 1998, Relatório Nacional do Desenvolvimento Humano.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. Angola 1999, Políticas de Redução da Pobreza.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. Angola 2000, Políticas de Redução da Pobreza.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. “Programa de apoio ao desenvolvimento do setor micro e pequeno empresário angolano”. 2004.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. “Programa de apoio ao desenvolvimento do setor micro e pequeno empresário angolano”. 2013.

RAHMAN, K. M.; RAHMAN, S. F. Necessidades de empreendedorismo e motivações de realização de empreendedores descendentes de latinos-japoneses no Japão. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 15, p. 99, 2011.

REDFORD, D. T. Handbook de educação em empreendedorismo no contexto português. **Porto: Universidade Católica Editora**, 2013.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas. Rios, TA. Ética e Competência. 1999.

ROCHA, M.J.A. Por onde vai a economia angolana. **Luanda: Mayamba**, 2011.

ROSAS, I.A.G; CÂNDIDO, G.A. Capital Social como instrumento para viabilização do desenvolvimento regional: estudo de caso no Cariri paraibano. **Revista Brasileira de**

Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 4, n. 2, 2008.

SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: **manual do aluno**, 2007, 67p.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio; EMPRESAS ÀS MICRO, Pequenas. O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios. **Recuperado de <https://bityli.com/N7lz7>**, 2020.

SESSA, C.B et al. DAS RECENTES CRISES ECONÔMICAS À CRISE DA COVID-19: REFLEXÕES E PROPOSIÇÕES PARA O ENFRENTAMENTO DA PANDEMIA NA ECONOMIA BRASILEIRA É CAPIXABA. **Revista Ifes Ciência**, v. 6, n. 1, p. 40-62, 2020.

SILVA, J. F. PENNA, R. P. M. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: Uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora, **revista de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v.6, n.2, p.372-401, 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo.1961.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo. 1982.

SHANE, S; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, V. 25, N. 1, P. 217-226, 2000.

SHARMA, P; CHRISMAN, S J. J. T a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 83-103.

SMITH, A. A Riqueza das nações. São Paulo, ed. **Nova Cultural**, 1996.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 155-170.

UCAN – UNIVERSIDADE CATÓLICA DE ANGOLA. **Relatório sobre a economia de Angola**. Luanda, 2007.

VALENCIANO SENTANIN, L.H; BARBOZA, R.J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 6, n. 4, p. 685-693, 2005.

VIEIRA, Cilane da Rosa; ALBERT, Carla Estefania; BAGOLIN, Izete Pengo. **CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO BRASIL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DA DESIGUALDADE DE RENDA PER CAPITA DOS NÍVEIS EDUCACIONAIS**. 2007. Disponível em: Acesso em: 20 maio 2021.

WENNEKERS, S; THURIK, R. Linking entrepreneurship and economic growth. **Small business economics**, v. 13, n. 1, p. 27-56, 1999.

WONG, P.K; HO, Y.P; AUTIO, E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. **Small business economics**, V. 24, N. 3, P. 335-350, 2005.

ZAMPIER, M; STEFANO, S. **Metodologia da pesquisa**. 2013.

APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 1

I. Dados sobre o empreendedor

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

1. Nome?

2. E-mail?

3. Idade (anos)

- a) 18-24
- b) 25-35
- c) 35-44
- d) 45-54
- e) 55-64

4. Sexo

- a) Masculino
- b) Feminino

5. Naturalidade

- a) Província de Luanda
- b) Outras províncias
- c) Estrangeiros

6. Situação profissional anterior

- a) Desempregado
- b) Estudante
- c) Trabalhador por conta própria
- d) Trabalhador por conta de outrem
- e) Inativo

7. Qual foi a motivação para criação do seu negócio?

- a) Eu não encontrava emprego
- b) Eu quero aumentar meus rendimentos
- c) Eu quero melhorar a minha posição na sociedade
- d) Eu gosto de trabalhar por conta própria
- e) Eu tinha ideia de um negócio e quis concretizar

II. Dados da empresa

8. Qual é o ano de início da atividade da empresa?

Ano -----

9. Forma jurídica

- a) Sociedade jurídica
- b) Cooperativa
- c) Nome Individual

10. Setor de atividade

- a) Agricultura, caça, pesca, silvicultura
- b) Indústria extrativa
- c) Indústria transformadora
- d) Eletricidade, gás, água
- e) Construção
- f) Comércio por grosso e retalho
- g) Transporte, armazém e comunicações
- h) Educação
- i) Alojamento e restauração
- j) Saúde e ação social
- k) Atividade imobiliária
- l) Atividade financeira, seguros e fundos de pensões
- m) Outro, qual? -----

11. Qual montante do investimento inicial? -----

12. Como obteve os recursos financeiros para iniciar seu negócio?

- a) Empréstimo bancário
- b) Empréstimo familiar
- c) Poupança
- d) Fundo do governo
- e) Apoio ONG'S
- f) Apoio de amigos
- g) Outro meio, qual? -----

13. Qual foi a percentagem de fundos próprios para o arranque do negócio?

- a) Menos de 5%
- b) 5%-25%
- c) 26%-50%
- d) 51%-75%
- e) Mais de 75%

14. Qual a localização da atividade do seu negócio?

- a) Província de Luanda
- b) Outras províncias de Angola, especifique-----
- c) Estrangeiro, especifique -----

15. Quantos clientes (efetivos ou potenciais) consideram o produto ou serviço novo ou desconhecido?

- a) Todos
- b) Alguns
- c) Nenhuma

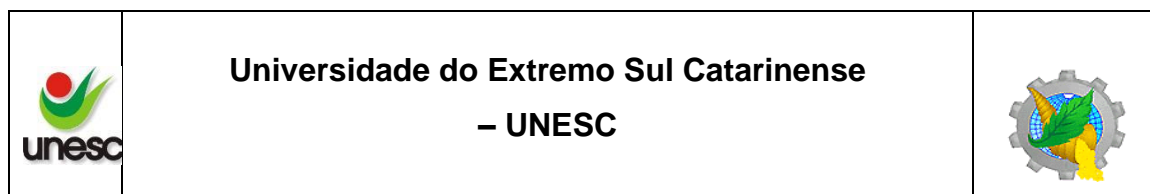
16. Como tem conseguido empreender neste tempo pandêmico?**17. Nesse período de pandemia sua empresa apresentou queda ou aumento de faturamento?**

- a) Sim
- b) Não

18. Deseja receber o resultado da pesquisa?

- a) Sim
- b) Não

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 2



Apresentação: Saudação. Meu nome é Sueli, sou acadêmica do curso de ciências econômicas pela UNESC. Estou realizando um estudo com empreendedores em Angola. Gostaria de informar que a sua participação é voluntária, e pedir autorização para gravar a entrevista.

- 1) Nome?
- 2) Nível de Escolaridade?
- 3) Profissão?
- 4) Quantas pessoas moram em sua casa?
- 5) Quais as motivações/histórico que levaram a empreender?
- 6) De que forma empreender modificou as condições de trabalho e renda da sua família?
- 7) Você acha que transformou a sua realidade? Como?
- 8) Você se considera uma pessoa que influenciou outras?
- 9) Você contrata serviços em seu bairro? Você tem preferência por contratar serviços em sua localidade?
- 10) Como tem conseguido empreender neste tempo pandêmico?
- 11) Nesse período de pandemia sua empresa apresentou queda de faturamento?