

Introdução

Cabo Verde é um pequeno Estado africano que desde a sua independência tem vivenciado um significativo processo de crescimento e desenvolvimento, conduzindo à sua graduação de país de rendimento médio. Neste sentido, Cabo Verde tem vindo a construir uma imagem que demarca daquela que amplamente se costuma associar aos países africanos, tomados como política, social e economicamente instáveis. No entanto, especialmente após 1991, a orientação económica neoliberal do país tem também levado ao aumento da dependência externa e do custo de vida, à urbanização rápida e descontrolada e conseqüentemente ao crescimento das desigualdades sociais. Resultante desse quadro, verifica-se um aumento do desemprego, das condições de vida precárias, da pobreza e da criminalidade urbana (Martins, 2011). Com uma população marcadamente jovem, este seguimento populacional é a que mais sofre com os efeitos desse quadro. Neste contexto, Cabo Verde tem vindo a apostar num leque diversificado de medidas/políticas para fazer face às suas vulnerabilidades, entre as quais o estímulo ao empreendedorismo jovem, visando incentivar a iniciativa privada/empresarial.

A nível internacional, estudos revelam a importância do empreendedorismo enquanto fator de promoção humana e instrumento de criação de riquezas. Na realidade nacional, esta ideia tem ganho força e está no conjunto das preocupações atuais do país, seja enquanto proposta de criação de mais empregos, seja como reforço da competitividade e estímulo ao desenvolvimento socioeconómico das ilhas. Contudo, poucos são os estudos que tratam desta temática, principalmente quando a camada jovem é tida como público de análise.

Aliado ao nosso interesse pelo tema, este trabalho surge para fazer face a esta lacuna e esperamos que dê alguma contribuição à abordagem científica deste assunto. O

nosso interesse limita-se à análise dos fatores que impulsionam a camada jovem para o empreendedorismo, cujo entendimento insere-se no âmbito das investigações que tratam esta noção como a criação de empresas.

Considerando que há na literatura um registo alargado de fatores que levam a pessoa empreendedora a criar um negócio próprio, o trabalho centra-se nas motivações que impulsionaram jovens da ilha de Santiago a criar uma empresa na Cidade da Praia e o contributo/papel das redes sociais que dispõem. Ainda é do nosso interesse recolher informações sobre as dificuldades enfrentadas nesse processo, procurando conhecer o trabalho que as instituições de apoio ao empreendedorismo prestam neste domínio. Assim, além de jovens, a pesquisa integra a perspetiva das instituições cabo-verdianas que atuam nesta área e que, à semelhança do procedimento aplicado a quem empreende, foram obtidas através da realização de entrevistas. Estas duas posições dão fundamento ao quadro empírico do estudo, havendo um outro nível de análise marcado pelo quadro teórico. Foi nossa preocupação interligar estas duas partes do trabalho, cuja estrutura apresentamos em seguida.

Para além desta introdução, esta dissertação encontra-se estruturada em quatro capítulos. Ciente da impossibilidade de abarcar todos os aspectos que o tema exigiria, a revisão da literatura levada a cabo a partir da pesquisa bibliográfica permitiu apresentar no primeiro capítulo uma reflexão/discussão teórica em torno do empreendedorismo para, no segundo, debruçarmos sobre a realidade cabo-verdiana. A definição do quadro metodológico é a abordagem do terceiro capítulo. Este estabelece a ponte entre os dois capítulos teóricos anteriores e o estudo empírico, objeto do quarto capítulo. Segue-lhe a conclusão deste trabalho, bem como os apêndices para eventuais esclarecimentos.

I PARTE – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo 1. Discussões teóricas sobre o empreendedorismo

Este primeiro capítulo do trabalho aborda o(s) conceito(s) de empreendedorismo, apresentando a forma como o mesmo é operacionalizado nesta pesquisa e discute aspectos referentes à figura de quem empreende. Aborda, também, as diferentes tipologias do fenómeno do empreendedorismo e a importância que assume na atualidade. O capítulo termina com os fatores que influenciam na criação de empresas, debruçando sobre aqueles que limitam o interesse deste estudo.

1.1. Em torno do(s) conceito(s)

Vários teóricos se têm debruçado sobre o conceito e significado do que entendem por empreendedorismo. Embora existam referências ao termo já na Grécia Antiga (Karayiannis, 2003), é consensual entre vários autores que a origem desta noção está em Richard Cantillon, no século XVIII. No seguimento de Cantillon, outros teóricos (Jean-Baptiste Say, Adam Smith, Alfred Marshall, Frank Knight, Joseph Schumpeter, David McClelland, Peter Drucker, Howard Stevenson entre tantos outros) alargaram o conceito de empreendedorismo. Neste sentido, a palavra tem muitos anos de história e encontra suporte teórico numa vasta literatura que produz diversas definições, perspetivas e teorias, mas que por razões de tempo e de espaço não serão aqui abordados de forma exaustiva por não serem escopo deste trabalho.

A diversidade de perspetivas com que os termos empreendedorismo e empreendedor/a são tratados mostra como pesquisadores de diferentes campos utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o entendimento dos

conceitos e defender as suas próprias posições. Por exemplo, os economicistas colocam a tónica na inovação por meio de indivíduos com características empreendedoras cuja ação é capaz de romper com o equilíbrio existente e restabelecer um novo equilíbrio segundo um processo criativo/destrutivo. Por sua vez, os comportamentalistas fundamentam a sua análise na relação entre as características pessoais/da personalidade e a atividade empreendedora (Leite, 2002; Swedberg, 2009). Com ênfase na mudança, nas oportunidades e nos recursos, a perspectiva de gestão assenta no pressuposto de que a criação e desenvolvimento de empresas radica num processo racional de decisão no qual são decisivos os conhecimentos, as competências e as técnicas desenvolvidas nas ciências económicas e empresariais (Zinga, 2007). Não obstante o facto destas correntes serem muitas vezes referenciadas, outros estudos acerca do empreendedorismo têm a sua atenção dirigida para o contexto social de quem empreende, sob influência das estruturas e instituições sociais (Bygrave, 2003).

Na base destes contributos, percebe-se que as perspectivas divergem e não existe um corpo teórico consistente completamente satisfatório, havendo mesmo quem defenda a necessidade de se estabelecer uma nova ciência, a empreendedorologia (*entrepreneurology*) cuja missão seria “criar um corpo teórico composto por elementos convergentes de estudos teóricos, efetuados por empreendedorologistas (*entrepreneurologist*) em várias disciplinas” (Filion, 1999: 21).

Todavia, verificamos na literatura alguns consensos. Por exemplo, o empreendedorismo é um fenómeno que pode ser encontrado em pessoas, organizações e mesmo na sociedade, em diferentes modos, graus e momentos; ainda hoje não se conseguiu estabelecer cientificamente o perfil de quem empreende, existindo uma multiplicidade de traços como assunção de responsabilidade, criatividade, proatividade,

autonomia, persistência, dedicação entre tantos outros atributos conferidos à pessoa que enceta uma iniciativa empreendedora. Igualmente, o que parece ser comum às várias definições e perspectivas sobre o empreendedorismo são os elementos como o risco, a incerteza, criação de valor, inovação, oportunidades, recursos e o envolvimento na criação de algo novo ou um novo negócio, seja como uma nova empresa independente, ou seja dentro de um empresa já existente. Em qualquer um dos casos, a literatura registra este processo como resultado de uma atividade coletiva, enfatizando as redes de relações pessoais e institucionais e sublinhando a existência de um vasto conjunto de fatores que exercem a sua influência numa combinação difícil de prever.

No tratamento deste tema, torna-se evidente que a importância do empreendedorismo é abordado por diversos autores. Para Gaspar (2009), por exemplo, o estudo do empreendedorismo deve abranger: (1) o estudo do perfil do empreendedor, (2) o estudo do processo de criação de uma nova empresa; (3) o estudo da nova organização (características e performance/mortalidade) e (4) o estudo da influência do meio envolvente no empreendedorismo e na mortalidade das jovens empresas. Conforme explica Pereira (2001:98), entre as diversas formas que o conceito de empresário abrange (compra ou herança de uma empresa; participação no capital; e retoma de uma empresa em situação difícil tendo em vista a sua recuperação), a criação de uma empresa de raiz é considerada a mais complexa e à qual as investigações têm dedicado mais tempo.

Sendo a criação de empresas uma dimensão relevante do empreendedorismo (Shane e Ventakaraman, 2000), neste estudo seguimos o mesmo conceito adotado por Gartner (1989). Ou seja, empreendedorismo é criar uma empresa. Assim, nesta pesquisa o conceito está associado à criação de novas empresas decorrente ou não da percepção de uma oportunidade de negócio, num quadro repleto ou ausente de outras alternativas

profissionais, por empreendedores/as que, individualmente ou em conjunto com outras pessoas, recorrem às suas redes sociais no sentido de obterem um maior número de contactos e recursos. Neste sentido, a pesquisa enquadra-se no âmbito do empreendedorismo enquanto empresarialidade, mas o empreendedorismo tem sido considerado sob várias outras dimensões. Em continuação, este assunto é tratado no próximo ponto que agora se inicia.

1.2. Tipos de empreendedorismo

No campo do empreendedorismo, a diversidade não é exclusiva do plano das definições, mas também marca presença nos seus contextos de aplicação. Assim, é comum considerar o fenómeno nas mais variadas atividades da vida humana: empreendedorismo na ciência, arte, política, educação, empreendedorismo de base tecnológica, empreendedorismo cultural, entre outros.

Lévesque (2002, *apud* Ferreira, 2005:13-14) propõe uma tipologia de formas de empreendedorismo, distinguindo entre o capitalista, o social e o coletivo. Se o primeiro é sobretudo individual e orientado para uma racionalidade formal (gestionária), os restantes tipos possuem como agente o indivíduo ou a comunidade, respetivamente. Apesar de prosseguirem valores comuns, a natureza dos seus projetos são distintos. O empreendedorismo coletivo pressupõe projetos de natureza empresarial, mas com natureza coletiva. No empreendedorismo social os projetos são resultantes do envolvimento social, voltados para o desenvolvimento local.

Outros autores associam ao empreendedorismo social aspectos como a prestação de contas com transparência, a ousadia das ações que não se limitam aos

recursos existentes, a ênfase na criação de valor social e a compreensão de formas coletivas de mudança social, segundo um processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem (Dees, 2001; Hulgård e Ferrarini, 2010). Nesta perspectiva, este tipo de empreendedorismo “situa-se na esfera do preenchimento de franjas não ocupadas nos espaços de sobreposição ou interligação entre a sociedade civil, o Estado e o mercado” (Saraiva, 2011:47). Com isso, estaria contribuindo para o surgimento de repostas sociais que permitissem a renovação do tecido produtivo e no enfrentar das consequências económicas emergentes do processo capitalista.

Diferentemente do empreendedorismo social que pode ou não incluir atividades lucrativas, a literatura indica que o empreendedorismo empresarial se volta para a criação de riquezas e sua medida de desempenho é o lucro. Tem o foco no mercado para o qual produz bens e serviços visando satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio.

Enquadradas nesta tipologia, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) distingue duas situações predominantemente indutoras da iniciativa empreendedora: a necessidade e a oportunidade. O primeiro caso decorre da dificuldade de encontrar outras opções de vida num quadro marcado pela ausência de outras opções profissionais. O segundo caso tem como força motriz a percepção de um nicho de mercado em potencial e pode ser motivada pela busca de independência, aumento de rendimento pessoal ou pela realização de um sonho. O relatório indica que quem empreende por necessidade se distancia da proposta Shumpeteriana orientada para a inovação e para ruptura com o existente. Todavia, a mesma fonte considera ser possível a transformação de empreendimentos induzidos pela necessidade em empreendedorismo por oportunidade, considerando esta última forma mais benéfica para a economia (GEM, 2010).

No estudo realizado por Portela *et al* (2008) estas duas orientações estiveram em evidência. Decorrente do contacto com 70 microempreendedores/as, ou seja, homens e mulheres que criaram empresas com menos de 10 trabalhadores, uma das linhas conclusivas do estudo aponta para a existência de desigualdades entre homens e mulheres na entrada no mundo empresarial. Muitos foram aqueles que iniciaram o negócio induzidos pela necessidade e, analisando a conclusão em termos de sexo, as mulheres sobressaem claramente. Uma outra conclusão do estudo, e que interessa neste trabalho, tem que ver com o papel que as redes pessoais desempenham. Segundo os autores, a rede familiar e de aparentados desempenham um papel muito importante, pois é por esta via que os microempreendedores/as acederam à informação, financiamento, contactos e eventuais clientes.

Filon (2001) afirma que quem empreende não está, necessariamente, relacionado com a criação de um novo negócio. O conceito pode ser aplicado a pessoas que trabalham, com o veículo de emprego, em organizações e realizam alguma inovação, seja em algum produto ou em algum processo. É o chamado empreendedorismo interno (*intrapreneur*), ao qual está associado a ação de indivíduos e grupos “na mudança de instituições, políticas, condições sociais, etc.” (Portela *et al*, 2008: 23).

Além destas tipologias, podemos ainda referir outras formas de empreendedorismo que não se esgotam nessas vertentes, nomeadamente, o empreendedorismo imigrante, empreendedorismo das minorias étnicas, empreendedorismo feminino ou empreendedorismo jovem. É deste último, aliás, que trata o presente trabalho.

Autores defendem a especial pertinência do empreendedorismo jovem no quadro geral do empreendedorismo, sobretudo numa perspetiva de médio/longo prazo

(Saraiva, 2011; Kelley, 2011). Em grande medida, os jovens são vistos como atores capazes de alterar a visão e os hábitos da sociedade e um importante recurso potencial para as regiões com o objetivo de expandir a sua economia. Saraiva (2011:60) afirma que urge ver cada vez mais gente jovem, devidamente qualificada, a dinamizar novas oportunidades de negócio. Mas igualmente porque está provado que a afirmação de uma cultura de empreendedorismo depende de apostas efetuadas desde as camadas mais jovens. Esta aposta na juventude tem como principais consequências a implementação da inovação e criatividade na criação de novos negócios, o combate à aversão ao risco, a impulsão à mudança e a perda do medo do desconhecido (Kelley, 2011). Na perspetiva de Saraiva (2011:61), isso só será possível quando se lida de forma mais positiva com a possibilidade de fracassar, reconhecer o mérito, recompensar o sucesso empreendedor.

Desenvolver o espírito empreendedor nos jovens passa por desenvolver a capacidade de perceber os seus próprios talentos e vocações, de sonhar, aprender e se esforçar na edificação de seu próprio futuro. Para tal, Leite (2006) considera que o ensino do empreendedorismo deve estimular o desenvolvimento da capacidade empreendedora, aliada à aprendizagem adquirida e a força disponível nos jovens com bom nível de maturidade. Esta posição também é reforçada por Saraiva (2011:60-61), quando afirma que o estímulo a uma maior capacidade empreendedora jovem passa pela sua promoção junto dos estudantes do ensino superior, mas também por uma mudança de atitudes, comportamentos, motivações a montante, através de aprendizagens familiares e no âmbito do ensino básico e secundário.

Enfim, expostas as diversas tipologias relativas ao empreendedorismo e enfatizados alguns circuitos onde o fenómeno se tem manifestado, sem mais delongas,

porém, é tempo de partir para a importância que o empreendedorismo, ou seja, a pequena empresa assume na atualidade para o desenvolvimento económico e social.

1.3. A relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento económico e social

Vários estudos salientam o entusiasmo com que o empreendedorismo é tratado tanto no contexto académico como no delineamento de políticas públicas, reconhecendo o contributo muito significativo que as pequenas empresas desempenham na geração de empregos, no crescimento/vitalidade da economia e no desenvolvimento social de um país (Comissão Europeia, 2003; Portela *et al*, 2008; Gaspar, 2009; Ferreira, Santos e Serra, 2010; GEM, 2010). A este respeito, Caron (2007:105) explica que a pequena empresa funciona “como óleo que lubrifica as engrenagens, reduz o atrito e permite a velocidade de todo o aparato social e produtivo”. Para o referido autor, estes empreendimentos constituem “instrumentos indispensáveis para a complementação da ação das grandes empresas, o desenvolvimento social e a consolidação de políticas nacionais de desenvolvimento económico e social”.

Uma outra razão para justificar a relevância do empreendedorismo assenta no facto da constituição da própria empresa representar uma opção de carreira para um número cada vez mais significativo de pessoas. Isto porque, com as crescentes mudanças no mundo do trabalho, o conceito de emprego para toda a vida é cada vez mais afastado, emergindo a ideia da constituição da própria empresa como uma alternativa profissional para muitos indivíduos no século XXI (Leite, 2002; Gaspar, 2009; Ferreira, Santos e Serra, 2010; Saraiva, 2011). Estudos apontam esta realidade como uma tendência mundial (GEM, 2010), indicando o desejo de ser o próprio patrão como a principal

motivação para a criação de negócios reconhecendo no empreendedorismo a solução para uma vida ativa e independente (INE, 2007). Noutros casos, onde as pessoas não têm um emprego e não têm uma fonte de rendimento – seja através de um sistema de segurança social, de subsídios de desemprego, ou de mecanismos de inserção de desempregados – a sua própria subsistência pode estar dependente da criação do seu próprio negócio (Ferreira, Santos e Serra, 2010).

Na perspetiva de Gaspar (2009:226), a opção pela carreira de empreendedor/a depende da utilidade que a pessoa espera retirar de cada uma das opções, isto é, criar a sua empresa ou continuar empregado/a. Por outro lado, o mesmo autor acrescenta que essa utilidade resulta das compensações (financeiras e outras) que espera receber, dos riscos que vai assumir, do esforço exigido, da autonomia para tomar decisões e das condições de trabalho.

Os benefícios do empreendedorismo não se restringem apenas a estas razões. Emergem, também, pelo seu contributo para a inovação. Dada a relevância que o tema sugere, aprofundaremos um pouco mais este aspeto, sem a pretensão, no entanto, de esgotarmos o assunto.

1.3.1 O empreendedorismo e a inovação

Tal como o conceito de empreendedorismo, inovação é um termo cada vez mais utilizado nos discursos atuais, mas que ainda carece de consensos alargados sobre o seu significado. Trata-se de um conceito teórico em afirmação e designa um fenómeno complexo e multidimensional conforme a sua natureza, o seu tipo e o seu objeto (Dantas, 2001; Freire, 2000).

Por definição, o conceito é apresentado como um processo que não se limita apenas à geração de novas ideias. Requer a implementação das mesmas, permitindo a criação de algo novo ou o rearranjar de coisas antigas sob uma nova perspectiva. Assim, inovação e invenção são tidas como distintas (Freire, 2000; Dantas, 2001; Sarkar, 2007; Swedberg, 2009). Contrariamente ao inventor, aquele que inova transforma a invenção em empreendimento, cujo resultado é atestado mediante a difusão e aplicação em outros contextos, confirmando a sua aceitação no mercado.

Tradicionalmente o tema foi desenvolvido no seio das disciplinas da economia/gestão empresarial. Associou-se à sua origem a ideia de criação de valor, produtividade, competitividade e desenvolvimento económico, encontrando muitas das discussões que permeiam o conceito suporte teórico no pensamento de Schumpeter.

Considerando a existência de cinco tipos de inovação (introdução de novos produtos; introdução de novos métodos de produção; abertura de novos mercados; desenvolvimento de novas fontes de matérias primas; criação de novas estruturas de mercado em uma indústria), Schumpeter defende que o desenvolvimento só pode vir através deste meio. O autor atribui ao empreendedor/a a responsabilidade deste desenvolvimento, cuja ação permite a introdução de mudanças que se traduzem em novas combinações ou combinações de elementos já existentes na economia (Farfus e Rocha, 2007; Swedberg, 2009). Deste modo, é possível observar o fortalecimento de uma relação entre empreendedorismo e inovação, com efeito positivo na competitividade das empresas e, de uma forma agregada, na prosperidade e desenvolvimento económico de um país.

Vários autores defendem esta posição e são unânimes em destacar a importância da inovação enquanto fator que permite às empresas diferenciarem-se da concorrência no

mercado (Oliveira, 2008; Ferreira, Santos e Serra, 2010). Contudo, Freire refere que nem todas as organizações conseguem ser inovadoras logo à nascença (Freire, 2000:21). Este autor defende que, numa primeira fase, as empresas começam por reproduzir as iniciativas de competidores mais avançados. Só após um processo de melhoria é que se alcança a inovação mediante a criação de novas tecnologias, produtos, serviços e processos.

Neste sentido, as empresas atravessam três estádios crescentes de intensidade de inovação (a cópia, a melhoria e a inovação), não sendo forçosa a existência de uma sequência na ordem destas fases. Numa linha de argumentação coincidente, Sarkar (2007) refere que muitas são as empresas que não investem na inovação. Isto porque inovar é muitas vezes desconfortável precisamente por envolver mudanças e assunção de riscos. Porém, nas palavras de Druker (1985, *apud* Barlach, 2009), a empresa que não inova inevitavelmente envelhece e declina.

Há quem defenda que esse desafio passa por um processo interativo que a empresa estabelece com outros atores externos provenientes do campo educacional, governamental e empresarial. A análise das relações entre estes atores integra a base teórica da literatura do modelo da tripla hélice.

Este modelo defende que, numa economia baseada no conhecimento, a inovação surge a partir das interações entre três esferas/elementos: as universidades, as empresas e as instituições públicas. A primeira constitui a fonte de conhecimentos, de tecnologia e assume relevância notória na formação dos recursos humanos. Ter recursos qualificados permite à empresa realizar atividades de pesquisa e funcionar como um *locus* de produção. Por sua vez, as instituições públicas providenciam relações contratuais que garantem estabilidade nas interações e trocas (Etzkowitz, 2003; Jacob,

2006). Os diferentes atores atuam em conjunto, providenciando conhecimento, mão de obra qualificada, financiamento e outros instrumentos de apoio às empresas inovadoras (Edquist, 2001). Assim, a combinação de ciência, engenharia e habilidades empreendedoras, apoiadas por competências legais, empresariais e financeiras criam as bases para a inovação (Botelho e Bueno, 2008).

Outros autores avançando nesta discussão acrescentam novos elementos, entre os quais a sociedade/setor civil, constituído pelas Organizações Não Governamentais (ONGs). Com isso, é adicionado uma quarta hélice ao modelo anterior. Para Lindberg e Lindgren (2010:6-7) a importância do elemento indicado reside no facto de:

Garantir a sobrevivência das organizações membros da rede, contribuir para a realização de projetos que extrapolam a lógica das universidades ou dos financiadores públicos, fomentando o desenvolvimento regional.

Além do mais, estas organizações são tidas como instituições que desenvolvem um papel importante no processo empreendedor porque providenciam relações horizontais entre os atores envolvidos, principalmente quando são do sexo feminino, funcionando como um sistema ou plataforma colaborativa que legitima e coneta o setor empresarial às outras hélices do modelo. Tendem, ainda, a desempenhar um papel intervencionista capaz de alterar as políticas governamentais e fomentar uma lógica de atuação que se quer diferente dos modelos tradicionais, por primar pela inovação, estruturas democráticas e participativas onde o foco tanto pode estar na dimensão individual como nas estruturas sociais. Se o estudo realizado por Lindberg e Lindgren (2010) permitiu alcançar tais resultados, os dados também apontam que as ONG's são confrontadas com alguns desafios e resistências que limitam a prossecução das suas ações. Seja como for, a inovação bem sucedida requer uma atuação coordenada e

integrada entre os diferentes sujeitos envolvidos provenientes do campo educacional, governamental, empresarial e da sociedade civil.

A mesma dinâmica é reconhecida para Cabo Verde, pois o tema tem despertado interesse e assumido relevância. No Documento de Estratégia de Crescimento e Redução da Pobreza (2008) a inovação não é retratada como um esforço individual, mas resultado de uma ação conjunta, produto de um sistema de inovação. Este sistema é definido por Edquist (2001) como uma rede complexa que envolve inúmeros atores tais como laboratórios governamentais, organizações de normalização, instituições de investigação e desenvolvimento, instituições de ensino, associações empresariais, instituições financeiras, organizações de trabalhadores, organizações da sociedade civil. Neste sentido, o processo é tido como uma construção em que todos são chamados a intervir e contribuir: o governo, a sociedade civil, universidades e setor privado. Contudo, o caminho é longo e, apesar de reconhecida a importância que a inovação assume no quadro do desenvolvimento e competitividade do país, os resultados obtidos através de alguns estudos internacionais revelam que esta questão precisa ainda ser melhorada e reforçada (Banco Mundial, 2009).

1.4. Fatores que influenciam o empreendedorismo

A literatura indica uma grande diversidade de fatores que influenciam o empreendedorismo/interesse empreendedor. Centrado na representação social do empresário em Portugal, o estudo realizado por Pereira (2001) identifica dois grupos de fatores cuja conjugação explica a decisão de criar uma empresa. O primeiro refere-se às características psicológicas (que se materializam nos traços de personalidade e motivações

de cada sujeito), às capacidades, os comportamentos empresariais e os fatores sócio demográficos. O segundo corresponde aos fatores ambientais externos, com influência positiva ou negativa relativamente à decisão de criar uma empresa.

Quadro 1 – Resumo dos fatores

Grupo dos fatores		Fatores
Fatores pessoais	Psicológicos relativos à personalidade e às motivações	Motivo de realização; <i>Locus</i> de controlo; Propensão para o risco; Valores; Intuição, Criatividade, flexibilidade; senso de independência; alta valorização do seu tempo
	Capacidades	Experiência de trabalho anterior dividida em três tipos: 1.Experiência técnica do setor 2.Experiência de gestão 3.Experiência empresarial
	Comportamentos empresariais	O empresário é produto do desenvolvimento social, da contingência das suas experiências, e das possibilidades que se lhe abrem
	Fatores sócio demográficos	Sexo; Maturidade; Escolaridade
Fatores ambientais		(1) As atitudes sociais em relação ao negócio e ao seu início; (2) A existência de um clima de apoio no mercado, recursos humanos disponíveis e apoios institucionais como incubadoras entre outros; (3) A disponibilidade de informação para investigar e avaliar uma ideia bem como a disponibilidade de recursos financeiros na sociedade e na possibilidade de aceder a eles; (4) A insatisfação no emprego atual; (5) A existência de clientes para adquirirem o produto ou serviço, fornecedores, negócios e empresários como modelos de referência.

Fonte: elaboração a partir de Pereira, Francisco Costa. (2001) Representação social do empresário. Lisboa. Edições Sílabo.

O relatório GEM (2004) mostra que o empreendedorismo para ser estimulado e bem sucedido resulta de determinantes pessoais (caso das perceções dos indivíduos sobre a sua necessidade, a existência de oportunidades no mercado e as suas capacidades e conhecimentos para explorar as oportunidades) e de um conjunto de condições nacionais (políticas governamentais de apoio, acessos a infraestruturas físicas, normas culturais e sociais, nível de investigação e desenvolvimento, eficiência do mercado de trabalho), resultantes da situação económica na qual as instituições operam. Tais condições/fatores, se existentes, fazem diferença e fortalecem as atividades empreendedoras, reforçando a competitividade das empresas.

Outras variáveis – como por exemplo, a crença religiosa; a história de vida (desemprego, imigração ou qualquer outra mudança forçada nas vidas das pessoas); o

ambiente pessoal e de negócio; os objetivos pessoais; as competências interpessoais e de gestão; o contexto cultural – são discutidas em alguns estudos, representando elementos que podem agir como propulsores ou facilitadores do processo de empreender (Leite, 2002; GEM, 2004; Oliveira e Guimarães, 2006; Ferreira, Santos e Serra, 2010).

Enfim, diversas abordagens têm sido propostas na tentativa de explicar os fatores que contribuem para o empreendedorismo. Se inicialmente as pesquisas neste campo se desenvolveram com foco nas características pessoais ou traços da pessoa empreendedora que orientassem para a criação de empresas, posteriormente passou-se a estudar a relação entre o ambiente (fatores sociais, culturais, políticos e económicos) e a sua influência sobre a formação da organização. Mais recentemente, entendeu-se que tanto as características pessoais como o ambiente têm um papel decisivo no processo de criação de novas empresas (Gartner, 1989; Pereira, 2001; Bygrave, 2003). Neste sentido, tão importantes quanto os fatores pessoais, as influências externas ou ambientais que os empreendedores possam receber também merecem atenção.

Devido à necessidade de delimitação, na presente investigação elegemos como fatores de estudo as motivações empresariais, as redes sociais e os fatores sócio demográficos onde se incluem a idade, a escolaridade e o sexo. A próxima seção do trabalho é dedicada a uma breve análise destes fatores.

1.4.1 As motivações para empreender

Parreira, Pereira e Brito (2011), assim como Pereira (2001), sublinham a grande diversidade das motivações básicas para o interesse das pessoas na atividade empreendedora. Estes autores estabelecem também uma relação entre os traços de

personalidade e as motivações para empreender. Ou seja, além de estudadas em conjunto, referem que muitos dos traços de personalidade encontrados na pessoa empreendedora constituem um fator de motivação para a criação das suas empresas.

Para esta investigação centramo-nos apenas nas motivações pessoais empresariais. De acordo com Pereira (2001), as motivações mais assinaladas pela comunidade académica para o desenvolvimento da atividade empresarial prendem-se com o motivo de realização, o *locus* de controlo, a propensão para o risco e os valores, nomeadamente a independência. Além da necessidade de realização e de independência, nos trabalhos de Pereira (2001) e Parreira, Pereira e Brito (2011), incluem-se o reconhecimento e obtenção de aceitação pelos outros, a concretização de uma oportunidade de negócio e a segurança familiar. Com base nestes trabalhos, entre as motivações consideradas como determinantes do empreendedorismo, na presente investigação, incluem-se: a necessidade de realização, a concretização de uma oportunidade de negócio, a necessidade de independência e a situação de desemprego.

McClelland realizou estudos no campo do empreendedorismo que o levaram a concluir que, entre pessoas empreendedoras bem sucedidas, a elevada necessidade de realização constituía o motivo impulsionador para a criação de um empreendimento. McClelland (1971, *apud* Fontoura, 2005) destaca que essa necessidade de realização dirige a atenção do indivíduo para buscar objetivos que envolvem atividades desafiantes, executar as suas tarefas da melhor forma possível e ser eficaz naquilo a que se propõe fazer. As suas ideias resultaram numa abordagem de empreendedorismo como um conjunto de comportamentos que podem ser estimulados e desenvolvidos através de programas específicos, obtendo-se com estas pessoas o mesmo sucesso que obtiveram aquelas que desenvolveram o dom de forma inata (Leite, 2002; Matias e Martins, 2010).

Por sua vez, Drucker (s/d, *apud* Dees, 2001:2), afirma que as pessoas que empreendem “não têm de provocar mudanças” mas, e isso define o empreendedorismo, “procurar a mudança, responder-lhe e explorá-la como uma oportunidade” enquanto outras pessoas a percebem como um problema. Numa linha de argumentação coincidente, Shane e Venkataraman (2000) defendem que uma oportunidade empresarial é um dos elementos chave para a criação de uma empresa.

Quanto à necessidade de independência, as investigações mostram que quem empreende tem o desejo de ter controlo sobre as suas vidas, assumir os resultados das suas ações, sem estarem dependentes das diretivas de outros (Shane, Locke e Collins, 2003). O estudo realizado por Ferreira (2008) também encontrou este desejo de independência nos/as empresários/as em Cabo Verde.

Finalmente, os resultados do estudo realizado por Glocker e Steiner (2007) mostram que o desemprego preexistente, de longo prazo, tem uma influência positiva na transição para o autoemprego. Do mesmo modo, Thurik *et al* (2007) apontam o desemprego como causa das pessoas se tornarem empreendedoras, embora os resultados obtidos evidenciem a existência de relações opostas entre desemprego e empreendedorismo. Da análise dos dois estudos é possível afirmar que a situação de desemprego constitui uma variável com uma influência, tanto positiva quanto negativa, sobre a decisão do indivíduo se tornar um autoempregado, configurando como um dos fatores determinantes na intenção empreendedora.

1.4.2 As redes sociais

Uma rede social pode ser definida como um conjunto de nós e laços de ligação

entre os nós, em que os laços representam relações entre os elementos da rede (nós) que podem ser pessoas, grupos, empresas ou outras instituições (Marin e Wellman, 2009; Portugal, 2007; Sousa, 2008).

Na análise das estruturas de redes, o conceito de laço ou ligação surge como fundamental. Neste domínio, Granovetter (1973) distingue entre laços fortes e fracos. Contrariamente às relações caracterizadas pelos laços fracos onde predominam contactos eventuais e esporádicos, as relações fundamentadas em laços fortes têm por base a confiança e a reciprocidade, contactos longos e frequentes, geralmente entre um pequeno grupo onde se incluem familiares e amigos íntimos/próximos.

No campo do empreendedorismo, vários estudos indicam a importância do desenvolvimento de relações para as iniciativas empreendedoras (Portugal, 2007; Sousa, 2008; Ferreira, Santos e Serra, 2010). Vale e Guimarães (2010:328) afirmam que esta importância é derivada da natureza dos recursos que circulam no interior das redes.

Numa revisão exaustiva da literatura, Sousa (2008) encontrou vários recursos relevantes não somente para iniciar um empreendimento ou para o seu sucesso, mas também com impacto no contínuo desenvolvimento da empresa. Entre os recursos identificados, tem-se que as redes oferecem informações, conhecimentos, suporte emocional e financeiro. Possibilitam processos de aprendizagem, funcionam como credenciais, permitem identificar oportunidades, obter recursos físicos e humanos. Permitem, ainda, reduzir a incerteza, o risco e os custos de transação, veicular influência social que, por seu turno, contribui de forma significativa para os comportamentos dos agentes.

O acesso a tais recursos pode ser feito através das redes pessoais (onde prevalecem os laços fortes e se incluem familiares, amigos e colegas) ou inter

organizacionais (em que dominam os laços fracos e consiste nas redes que uma organização estabelece com outras organizações: clientes, fornecedores, organismos públicos, universidades e institutos de investigação, entre outros) (Sousa, 2008).

Estudos indicam que as redes pessoais assumem um papel importante em estágios iniciais do processo de criação da empresa, ajudando na obtenção de recursos financeiros e de equipamentos, mas também fornecendo conselhos e informações (Birley, 1985; Portela *et al*, 2008). Depois de verificar que o banco constituiu a única instituição formal referida pelos participantes do estudo e, mesmo assim, referida no final do processo quando muitos recursos estavam reunidos e os elementos do negócio definidos na mente de quem empreende, Birley (1985:108) concluiu que a falta de recurso às fontes formais não se deveu à indisponibilidade das mesmas em oferecer orientações, mas ao desconhecimento por parte das pessoas empreendedoras e da sua rede social sobre aquilo que estava disponível.

Contudo, à medida que a empresa cresce e se consolida no mercado as redes pessoais perdem a sua importância em prol de laços mais fracos e de natureza mais impessoal (Sousa, 2008; Vale e Guimarães, 2010). Isso significa que as pessoas empreendedoras passam a ter uma menor dependência em relação a familiares e amigos. A explicação avançada por Granovetter (1973) é que, nesta fase, os laços fortes seriam pouco propensos a sustentar atividades empreendedoras dos indivíduos, visto não serem capazes de dotá-los de contactos e informações muito diferentes daqueles existentes no seu próprio mundo de relações. Esta função seria assumida por aqueles com os quais o indivíduo mantém um relacionamento baseado em laços fracos. Uma vez que são relacionamentos distantes, diminuem informações redundantes, permitindo maior

circulação/difusão de informações, ideias ou influências que seriam relevantes no mundo dos negócios.

Nem todas as investigações chegam à mesma conclusão. Por exemplo, Uzzi (1997) e Hite (2003) defendem que na fase da evolução dos negócios os empreendedores também são dependentes dos laços fortes. Estes laços garantem o acesso aos recursos necessários à perpetuação da empresa. Podem surgir com o passar do tempo ou resultantes da transformação de relações que inicialmente não forneciam recursos importantes para o novo negócio.

Assim, apesar da importância das redes sociais ser constante ao longo de todo o processo, podendo determinar a decisão de iniciar um empreendimento, diferentes redes sociais podem assumir uma importância diferente em cada fase da empresa. Porém, Sousa (2008) refere que os mecanismos dessa dinâmica ainda não estão revelados sendo escassos os estudos sobre a transformação de redes pessoais do empreendedor e redes inter organizacionais da empresa. Em todo o caso, as redes são vislumbradas como um tipo de capital social (Portugal, 2007; Sousa, 2008), canais privilegiados capazes de dotar os seus detentores de diferencial estratégico positivo (Bygrave, 2003; Sousa, 2008).

1.4.3 Os fatores sócio demográficos

O nível de escolaridade tem sido apontado por muitos autores como um fator de extrema importância na análise da iniciativa empreendedora. Alguns demonstram que a escolaridade mais elevada tendia a aumentar o lucro do negócio (Bosma, Praag e Wit, 2000; Reynolds *et al*, 2002). Outros, ao associarem a capacidade empreendedora com o nível de formação, evidenciam que quanto menor for o nível de formação, “menores

serão as competências, conhecimentos e capacidades para a identificação de oportunidades de negócio, sendo maiores os receios de gerir uma nova empresa” (Ferreira, Santos e Serra, 2010:26). Contudo, também há vozes que defendem o contrário, considerando a experiência no mercado em que está o pequeno negócio e a aprendizagem que isso representa ao longo do tempo mais determinantes para o sucesso do que os títulos académicos (anos de escola secundária e ter frequentado/terminado um curso superior) (Reid, 1997). Neste sentido, os estudos não são consensuais. Dependendo do país e do tipo de indústria, o nível de escolaridade parece aumentar ou diminuir a propensão de um indivíduo se tornar empreendedor (Giannetti e Simonov, 2005).

Quanto à idade, estudos indicam que a possibilidade de empresários constituírem a sua empresa cresce com o aumento da idade do indivíduo e que a taxa mais elevada estaria entre os 25 e os 34 anos (Reynolds *et al*, 2002; Gomes 2009). A justificação para esta tendência assenta no facto dos jovens empresários serem mais otimistas, terem maior vigor físico e possuírem menos aversão ao risco do que empreendedores mais velhos (Gomes 2009; Pereira, 2001). Outra explicação apresentada por Bygrave (2003) é que nesta fase as obrigações com a manutenção de uma família ainda não são prioridade e nem representam um aspeto restritivo ao risco inerente ao processo de empreender. Em contrapartida, empreendedores mais velhos têm a seu favor a experiência profissional prévia e a possibilidade de estabelecer ligações comerciais e sociais mais facilmente, aspectos que podem minimizar o risco do negócio, ajudando na superação das dificuldades iniciais (Gomes, 2009).

Relativamente ao sexo, predomina na literatura que as mulheres começam os negócios em idades mais tardias do que os homens. O estudo realizado por Reynolds *et al* (2002) demonstra que em todas as faixas etárias existem menos mulheres na atividade

empresarial. Porém, uma análise dos dados permite verificar que a participação das mulheres na atividade empreendedora segue a mesma tendência relativamente aos homens. Ou seja, para ambos a taxa de prevalência mais alta está entre os 25 e 34 anos. A mesma tendência de diminuição verificada nos homens (18 a 65 anos) também é verificada nas mulheres, sendo pouco provável começarem um negócio a partir dos 55 anos. Numa linha conclusiva, o estudo aponta que a idade e o sexo preveem significativamente se os indivíduos iniciam esforços para começar um negócio novo.

Nem todos partilham da mesma opinião. Numa linha de conclusão contrária, o estudo realizado por Headd (2000) constatou que, na sobrevivência da empresa, a percepção de sucesso ou fracasso do proprietário ao fechar o seu empreendimento, a variável género teve pouca ou nenhuma influência.

Em todo o caso, muitos investigadores partilham a ideia de que as mulheres são menos prováveis de começarem um negócio novo e, quando o fazem, necessitam de mais competências, orientações e apoios para persistirem nele. Estudos demonstram que as mulheres têm menos experiência, visibilidade e redes de contactos do que os homens (Minniti e Arenius, 2003; Pereira, 2001); estão associadas a negócios de menores dimensões que crescem mais lentamente do que aqueles possuídos por homens (Ferreira 2007; Minniti e Arenius. 2003).

Feita esta exposição, por ora faremos uma breve incursão à realidade cabo-verdiana de modo a lançar um olhar sobre a atividade empreendedora naquele pequeno país africano do Atlântico.

Capítulo 2. O empreendedorismo em Cabo Verde: estatísticas, estudos e políticas

Neste segundo capítulo do trabalho, continuamos com a discussão teórica sobre o tema do empreendedorismo, mas lançamos um olhar sobre a realidade cabo-verdiana no sentido de entender como o assunto é abordado, tomando como referência alguns estudos, estatísticas e políticas que existem neste domínio. Assim, caracterizamos, ainda que brevemente, o tecido empresarial do arquipélago. Na sequência, debruçamo-nos sobre estudos que tratam da atividade empreendedora no país e terminamos o capítulo com as políticas públicas no âmbito do empreendedorismo, destacando as que são orientadas para o público jovem. Contudo, antes de mais, consideramos que seria preciso, em primeiro lugar, conhecer um pouco da situação geográfica e sócioeconómica de Cabo Verde.

2.1. Breve caracterização do país

Situada a cerca de 500 quilómetros da costa ocidental africana, a República de Cabo Verde é um arquipélago com 491.575 habitantes, composto por 10 ilhas e vários ilhéus que perfazem uma superfície terrestre de 4.033 km.

Figura 1 – Localização geográfica do arquipélago de Cabo Verde



Fonte: extraído de radioatlantico.blogspot.com

Dados do Censo 2010 (INE, 2010) indicam que a população cabo-verdiana é essencialmente jovem (54,4 % dos habitantes têm 25 anos ou menos) e na grande maioria constituída por mulheres (50,5% da população). Uma vez que Santa Luzia não é habitada, no conjunto das 9 ilhas, Santiago é a mais populosa, concentrando 55,7% da população correspondente a 273.919 habitantes. Cerca de 38% da população vive em zonas rurais e 62% em zonas urbanas, donde 26,9% concentra-se na cidade da Praia, capital do país.

A história da nação cabo-verdiana começa no século XV (1460), com a descoberta das ilhas. Após 500 anos de colonização portuguesa, Cabo Verde conquista a sua independência a 5 de Julho de 1975. Os quinze anos que se seguiram foram marcados pelo regime de partido único. A partir de 1990 é instaurado o regime de democracia pluripartidária com as primeiras eleições livres. Hoje, a República de Cabo Verde organiza-se em Estado de direito democrático assente num conjunto de princípios (pluralismo de expressão e de organização política democrática; soberania popular; respeito pelos direitos e liberdades fundamentais) garantidos pela sua Constituição (2000). Tais princípios, aliados à sua estabilidade política, conferem ao arquipélago reconhecimento internacional de país livre ao nível das liberdades individuais de expressão e da atuação autónoma dos indivíduos, sem que exista interferência do poder político (Freedom House, 2011).

A economia de Cabo Verde é predominantemente de serviços e o escudo cabo-verdiano é a moeda nacional. Não obstante os progressos verificados, a economia apresenta algumas fragilidades. Entre as limitações potencialmente obstaculizadoras do crescimento realça-se a energia, os transportes e a geografia. A estas limitações acresce a seca endémica que assola o país, as elevadas taxas de pobreza e desemprego, a ausência

de recursos naturais, a dependência das importações e das transferências externas, entre outros. Apesar destes constrangimentos, as projeções disponíveis para 2011 apontam para um aumento do ritmo de crescimento da atividade económica (5,6%, contra 5,3% em 2010), invertendo a tendência de abrandamento registada nos anos anteriores. A dinamização deverá ficar a cargo tanto do investimento e consumo público como do contínuo reforço da procura turística dirigida a Cabo Verde (Banco de Portugal, 2011:41).

Por outro lado, verifica-se uma evolução positiva dos indicadores humanos. O Relatório do Desenvolvimento Humano (2011) revela que um cabo-verdiano tem uma esperança de vida de 74,2 anos, em média passa 11,6 anos na escola e possui um rendimento nacional bruto de 3,402 dólares. Alcançar estes resultados permitiu ocupar a 133ª posição numa lista de 187 países e fez de Cabo Verde o único país africano de expressão portuguesa com Desenvolvimento Humano Médio, estando os restantes, São Tomé e Príncipe (144), Angola (148), Guiné Bissau (176) e Moçambique (184) na lista dos países com Desenvolvimento Humano Baixo.

A evolução positiva dos indicadores humanos e do potencial de crescimento produtivo em Cabo Verde é vista por alguns autores quer como uma indicação de superação das fragilidades económicas e sociais que assolam o país quer como um sinal de atração de investimentos diretos estrangeiros para a economia (Lopes, Balsa e Nunes, 2010).

2.2. O tecido empresarial cabo-verdiano

Os resultados dos três recenseamentos empresariais até agora realizados

revelam um crescimento do tecido empresarial cabo-verdiano constituída, essencialmente, por micro e pequenas empresas. Em 1997, contavam-se 5.950 empresas ativas. No ano de 2002 esse número reduziu para 5.460. Por último, o terceiro recenseamento empresarial de 2007 apontava que nesse período existiam 8.716 empresas, sendo que 7.512 estavam ativas, indicando uma evolução positiva no número de empresas ativas ao longo dos anos mencionados, ou seja, do período de 1997 a 2007. Esta evolução revela maior competitividade, organização, produtividade e dimensão média das empresas, tornando-as mais aptas a enfrentarem os choques concorrenciais (INE, 2005).

O crescimento positivo também é registado no volume de negócios e no nível de emprego. Tanto em 1997 como em 2002, a faturação média das empresas situava-se à volta dos 100 milhões de contos, tendo atingido, em 2007, a ordem dos 191 milhões.¹ Quanto ao emprego, as taxas quase aumentaram para o dobro, passando dos cerca de 27 mil nos anos anteriores para mais de 46 mil trabalhadores em 2007. Destes, mais de 60% são do sexo masculino, dados que revelam um desequilíbrio em termos da composição sexual e indicam que no quesito emprego, as mulheres estão em desvantagem.

O III Recenseamento Empresarial (INEa, 2009) indica, por ordem de posição, que as ilhas de Santiago, São Vicente e Sal foram responsáveis por 96% do volume de negócios e 87% de emprego do universo nacional. Juntas, concentram o essencial da atividade empresarial, exercendo um grande poder de atratividade sobre as empresas. Esta atratividade é maior para a ilha de Santiago, concentrando maior número de empresas (43%, N=3.233, das quais 1.932 encontram-se situadas na Praia).

¹ Em Cabo Verde, 1 conto equivale a 1.000 escudos cabo-verdianos (ECV), quer dizer, 8,88 euros.

Embora se verifique uma diminuição das Empresas em Nome Individual, esta forma jurídica predomina no tecido empresarial cabo-verdiano, desde 1997. Contudo, as empresas em sociedade viram o seu peso aumentar tanto ao nível do emprego como da faturação. O mesmo não se verifica relativamente às Cooperativas e Empresas Públicas. A tendência revela uma redução na ordem dos 45% das Cooperativas e das Empresas Públicas, encontrando-se muitas destas últimas em vias de extinção.

Além de serem em nome individual, as empresas são exclusivamente nacionais, sem contabilidade organizada e, na sua maioria, não importam nem exportam qualquer produto. Contudo, a análise dos dados dos três recenseamentos mostra que a situação das empresas face ao comércio externo e à distribuição de capital social tem vindo a mudar. Embora em proporção reduzida, verifica-se um aumento de empresas estrangeiras e o número daquelas que importam e exportam. Esta situação demonstra que a economia tem vindo a aumentar o seu poder de atratividade e de abertura ao exterior.

Analisando o tecido empresarial por setor de atividade, constata-se que o setor terciário absorve 87,5% do número de empresas, o setor secundário 12,2% e o setor primário 0,3%. Globalmente, os setores mais representativos são o comércio (a grosso e a retalho), alojamento e restauração. Estes mesmos ramos de atividade representam, com as mesmas posições relativas, cerca de 56,3% do emprego e 48,6% do volume de negócios.

Por último, em termos de composição sexual, a construção civil é o ramo de atividade que possui maior número de efetivos do sexo masculino (4.075), seguindo-se o comércio a retalho e o alojamento. Estes dois últimos são também os ramos de atividade que mais mulheres empregam (4.906 e 1.816, respetivamente) seguindo-se os restaurantes e estabelecimentos de bebidas.

2.3. Estudos sobre a atividade empreendedora em Cabo Verde

Pese embora a crescente relevância da temática, escasseiam estudos que tratem o empreendedorismo, os empresários e a criação de empresas em Cabo Verde. Entre os poucos estudos contam-se o de Baptista, Ramalho e Silva (2006), um *work paper* que analisa o microempreendedor/a cabo-verdiano/a (nas zonas rurais e urbanas) e discute estratégias de financiamento tendo em vista o suporte à criação, desenvolvimento e sobrevivência de microempresas cabo-verdianas.

Neste estudo, o perfil de quem empreende é retratado como sendo uma pessoa casada, exercendo a atividade empreendedora há mais de 10 anos, com idade inferior a 40 anos e com baixo nível de escolaridade (na sua maioria com apenas o ensino primário). Trabalha sozinho/a ou tem somente um empregado (muitas vezes, o/a próprio), opera no setor de comércio, em áreas urbanas e as suas empresas são na maioria de pequena dimensão e nelas predomina o sexo feminino. Os autores apontam o facto da taxa de desemprego ser mais elevada na camada feminina como uma justificação para esta maior proporção de mulheres em atividades empresariais.

Relativamente à motivação empresarial, não obstante o facto de mais de metade das pessoas inquiridas referirem que iniciaram o negócio de forma voluntária, uma percentagem significativa aponta que foi forçada devido à falta de outras alternativas. Por outro lado, apesar do estudo registar diferenças entre empreendimentos localizados na zona urbana ou rural, a análise feita aos fatores que influenciam o recurso ao capital externo aponta que a posição da microempresa parece não influenciar as decisões de financiamento de seu proprietário (Baptista, Ramalho e Silva, 2006:13). No entanto, uma das linhas conclusivas da pesquisa constata que quem empreende em zonas urbanas tem

maior tendência de recorrer ao capital próprio para iniciar a sua empresa. Quando há recurso a fontes externas, tanto nas zonas urbanas como rurais, os empréstimos da família surgem como fonte de financiamento principal. Contudo, esta incidência é maior nas zonas rurais onde, de acordo com os autores, o índice de pobreza é maior.

O estudo demonstra que fatores como a idade, o sexo, o nível de instrução e as motivações iniciais, influenciam significativamente a decisão de recorrer a um financiamento externo. Assim, esta tendência torna-se mais evidente entre pessoas empreendedoras relativamente jovens ou relativamente mais velhas, do sexo feminino, possuidoras de mais anos de escolarização, que começaram os seus negócios devido à falta de outras alternativas e após 1991, ano que marca o lançamento de profundas reformas económicas no país.

Finalmente, em relação às políticas de financiamento, as conclusões do estudo apontam para a necessidade das mesmas serem elaboradas levando em consideração as características do/a empreendedor/a cabo-verdiano/a. Para aumentar a probabilidade de sucesso das políticas, os autores recomendam (1) maior investimento na educação, nas competências técnicas e de gestão de quem empreende; (2) diversificar as fontes de financiamento; (3) avaliação da capacidade empreendedora no sentido de determinar a praticabilidade e a sobrevivência do negócio. No caso da camada jovem, as orientações assentam na formação, no financiamento (microcrédito) e na garantia a alternativas profissionais que facilitem a sua entrada no mercado de trabalho.

Também identificamos o estudo de Ferreira (2008), uma dissertação de mestrado onde a autora procura identificar as principais características de empresários/as das pequenas e médias empresas estabelecidas na Ilha de Santiago. O perfil de quem empreende presente neste estudo reforça alguns aspectos evidenciados no trabalho de

Baptista, Ramalho e Silva (2006). Mantém-se a idade, o ramo de atuação e o predomínio do sexo feminino. A escolaridade eleva-se para o nível do ensino secundário e são outros os motivos identificados como determinantes na criação das empresas. Fundamentalmente, a procura de independência profissional e a experiência adquirida no negócio por conta própria afiguram-se como os principais motivos. Quanto às causas do insucesso empreendedor, as variáveis relacionadas com dificuldades de gestão e com o ambiente interno foram as que apresentaram maior destaque.

Os/As empresários/as são caracterizados/as pela autora como pessoas conservadoras, que correm riscos calculados, pouco arrojadas e inovadoras uma vez que a perspectiva de inovação recai sobre o incremento do atual ou aperfeiçoamento dos serviços já existentes. Contudo, os/as próprios/as empresários/as veem-se como pessoas que têm iniciativa, bom senso, exploram ao máximo as oportunidades, que gostam e são comprometidos/as com o que fazem. A satisfação dos clientes, a autoconfiança e a autoestima constituem as características que na ótica das pessoas entrevistadas conduzem ao sucesso do empreendimento. Reconhecem a necessidade de conhecer o meio envolvente, de manter uma rede de contactos, de formar equipas e de partilhar ideias.

Verificou-se ainda que as pessoas entrevistadas sentiam dificuldades em relatarem os casos de insucesso anteriormente vivenciados na atividade empresarial. Todavia, Ferreira (2008:99) considera que mais importante que este relato é a descrição que os/as empresários/as “fazem das suas carências de conhecimentos e capacidades administrativas, das dificuldades que têm na obtenção de um crédito e de toda a burocracia de acesso às instituições públicas”.

A razão apontada pela autora para justificar essa relutância assenta no facto de prevalecer na cultura cabo-verdiana a penalização pelo fracasso. A mesma razão é

indicada como justificação por parte de quem foi entrevistado para não ter apontado a falta de opções de emprego como fazendo parte do rol dos motivos que impulsionaram a atividade empreendedora. Neste sentido, uma das recomendações da autora é que as investigações futuras apurem a relação entre o desemprego e a criação de empresas:

Considerando a taxa elevada do desemprego, deve-se verificar se a não ocorrência deste tipo de resposta é relacionada com o facto de termos a percepção de que os indivíduos se esforçam para tentar mostrar a melhor autoestima possível: neste caso, quem se tornou empreendedor por não ter conseguido encontrar espaço no mercado de trabalho como trabalhador por conta de outrem, poderá ser entendido como sujeito incompetente.

Também identificamos o estudo de Cardoso (2008), uma outra tese de mestrado que discute o papel que o Centro de Juventude, na ilha de São Vicente, desempenha na capacitação de jovens e na disseminação do espírito empreendedor. As conclusões para a educação realçam a sua importância neste processo. No entanto, o estudo conclui que o ensino formal constitui uma barreira ao desenvolvimento de capacidades empreendedoras, uma vez que ainda está muito centrado em métodos tradicionais que não estimulam a iniciativa, a ação dos alunos, as suas capacidades de fazer, experimentar, criar e procurar alternativas para os problemas. Neste sentido, uma das linhas conclusivas do estudo aponta para a necessidade de reestruturação do ensino formal e do papel assumido pela classe docente em Cabo Verde. Por outro lado, a investigação reforça o papel que a formação profissional assume no fomento da cultura empreendedora. Neste contexto, o Centro de Juventude, pela sua aproximação com a camada jovem, pode redirecionar a mentalidade deste segmento da população para o autoemprego. Para tanto, o empreendedorismo e a formação profissional têm que ser percebidos como uma alternativa viável.

Entre os estudos que identificamos, contam-se ainda um artigo de Lopes, Balsa e Nunes (2010) que concluem pela existência de um fraco desempenho do país ao nível da atratividade empresarial externa. Os autores consideram que para um potencial investidor externo, a boa classificação de Cabo Verde nos rankings de risco político e social não se espelha em indicadores que avaliam as potencialidades de empreendedorismo numa economia. Contudo, salientam que são visíveis os esforços para ultrapassar aspectos menos positivos observados relativamente ao ambiente empresarial existente e que tais esforços não serão alheios aos investidores internacionais.

Por último, temos o estudo Melhoria do ambiente de negócios em Cabo Verde (2011), realizado pela Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial em cooperação com a Organização das Nações Unidas para a Igualdade de Género e Empoderamento das Mulheres. O estudo enumera um conjunto de constrangimentos ao negócio das empresas em Cabo Verde entre os quais se encontram: os transportes (principalmente marítimo inter ilhas); o fornecimento de eletricidade; o acesso ao crédito (nomeadamente as taxas de juro, um constrangimento transversal a nível nacional); a dimensão do mercado e a pouca qualificação da mão de obra; os impostos; a concorrência do setor informal, resultado da inexistente ou insuficiente fiscalização e a falta de regulação em alguns setores; a desarticulação entre as entidades que apoiam o setor privado e a existência de poucos programas de apoio. Esta falta é sentida principalmente no quadro do empresariado feminino onde as instituições não estão mobilizadas nem adaptadas às necessidades específicas das mulheres.

Os/As empresários/as queixam-se da Justiça e da Segurança em Cabo Verde, mas avaliam positivamente a Administração Pública do país. A análise dos indicadores internacionais permite constatar que apesar do país apresentar bons indicadores sociais,

económicos e políticos, não apresenta uma posição favorável a nível do ambiente de negócios. Neste sentido, as conclusões de Lopes, Balsa e Nunes (2010) ganham reforço.

A nível externo/internacional identificamos três projetos/estudos que avaliam o ambiente empresarial, a capacidade de criar negócios e que contam com a participação de Cabo Verde. Trata-se do *Doing Business (2012)*, o *Enterprise Surveys (2009)* e o *Global Competitiveness Report (2011)*. Os dois primeiros são financiados pelo Banco Mundial e o terceiro é realizado pelo *World Economic Fórum*. Os estudos são ricos em informações que se tentará resumir em pontos fortes e fracos. A análise dos dados permite constatar progressos no ambiente empresarial cabo-verdiano ao nível dos registos de propriedades, obtenção de créditos, execução de contratos, corrupção (poucos casos relatados) e infraestrutura. Ainda é de salientar uma elevada percentagem de mulheres em lugares de chefia. Os grandes constrangimentos apresentados referem-se à abertura de empresas, obtenção de alvarás de construção, comércio entre fronteiras, proteção de investidores, pagamentos de impostos, dimensão do mercado, criminalidade, informalidade, inovação, transportes, acesso ao financiamento e baixa qualificação da mão de obra. Face ao exposto, verifica-se uma certa correspondência com os constrangimentos identificados no inquérito empresarial intitulado *Melhoria do ambiente de negócios em Cabo Verde (2011)*.

De tudo o que fica atrás descrito torna-se necessário concluir que a predominância do sexo feminino no perfil empreendedor retratado nos estudos de Baptista, Ramalho e Silva (2006) e Ferreira (2008) contraria muitos estudos internacionais em que o empreendedor/empresário é na sua maioria indivíduos do sexo masculino. Verificamos que as influências ambientais parecem ter pouca interferência sobre o insucesso de quem empreende ou sobre a decisão de recorrer a um financiamento

externo. Outro aspeto a realçar tem que ver com o facto do ambiente empresarial cabo-verdiano ser marcado por vários constrangimentos tanto a nível de procedimentos burocráticos quanto aos custos associados à atividade empresarial. Estes aspectos, associados a outros – baixos níveis de adoção de inovações e tecnologias, problemas estruturais que o país enfrenta, insuficiente rede de transportes marítimos e aéreos, problemas no abastecimento de água e eletricidade, reduzida dimensão do mercado e falta de qualificação dos recursos humanos – têm reflexo na atração de potenciais investidores externos. De igual modo, fazem com que o país, apesar da sua estabilidade política e dos sucessos alcançados ao nível do desenvolvimento humano e social, obtenha uma posição desfavorável em matéria de empreendedorismo/criar negócios no panorama da economia mundial.

Do diagnóstico apresentado, parecem constituir elementos chave capazes de proporcionar uma reviravolta no ambiente de negócios em Cabo Verde, a aposta na educação; na melhor articulação entre as entidades públicas e privadas de apoio ao setor privado e desenvolvimento de políticas de incentivo/apoio ao empreendedorismo ajustadas à realidade cabo-verdiana.

2.4. Políticas e programas de incentivo ao empreendedorismo em Cabo Verde: as opções para a juventude

Ao contrário da longa tradição registada nos países europeus, asiáticos e latino americano, em Cabo Verde a temática do empreendedorismo é recente e só entrou na agenda política do país a partir dos anos 90, altura em que o Estado começa a reduzir o

seu papel central na economia, reforçando o desenvolvimento do setor privado (Baptista, Ramalho e Silva, 2006; Ferreira, 2008).²

Em virtude de sua relevância para o desenvolvimento económico, o assunto tem vindo a ganhar visibilidade nos mais diversos documentos. Por exemplo, em *Grandes Opções do Plano (2006-2011:42)*, documento produzido pelo Ministério das Finanças e que delineia o planeamento estratégico para o processo de desenvolvimento do país, é explícita a importância dada ao tema, referindo a necessidade de se “promover a capacidade empreendedora, a competitividade e o crescimento; alargar a base produtiva”.

A mesma importância também é sublinhada no *Plano Estratégico de Redução da Pobreza (2010)*, mas ganha notoriedade no *Programa do Governo para a VIII Legislatura, 2011-2016*.³ Este documento determina como linhas mestras a inovação e o empreendedorismo e estabelece um conjunto de medidas orientadas neste sentido. Entre estas medidas, destaca-se a implementação do programa de governação eletrónica e o fomento da Sociedade de Informação, as reformas na gestão das instituições de ensino, a promoção das acessibilidades e conectividade das Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas e na sociedade. Destaca-se, ainda, a criação de um conjunto de instituições de apoio que trabalharão com jovens e adultos empreendedores/as. São exemplos, o Novo Banco, a Cabo Verde Investimentos e a Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação (doravante, ADEI).

A criação do Novo Banco é considerado como uma revolução na microfinança e o acesso ao financiamento por parte das pequenas e médias empresas, dos agricultores e

² As informações sobre as políticas e programas apresentadas nesta seção do trabalho foram recolhidas mediante a consulta das páginas das instituições/organizações referenciadas. As informações apresentadas ainda foram complementadas com as entrevistas realizadas às instituições contactadas aquando da realização do estudo empírico e com conversas realizadas de forma informal.

³ Disponível em www.governo.cv.

cooperativas rurais.⁴ A Federação das Associações de Micro Finanças também presta apoio no domínio da concessão de microcrédito. Por sua vez, a Cabo Verde Investimentos procura atrair investimentos externos, sobretudo, emigrantes cabo-verdianos que pretendem investir em Cabo Verde. A trabalhar com o público emigrante, o Ministério das Comunidades - departamento do governo responsável pela política destinada às comunidades cabo-verdianas na diáspora – desenvolve junto deste público projetos de apoio à elaboração de planos de negócios.

Sob a tutela do Ministério da Economia, Crescimento e Competitividade, a ADEI é uma instituição pública que objetiva apoiar a gestão das micro e pequenas empresas (até 50 trabalhadores) e associações empresariais, no reforço da sua capacidade competitiva. Para este fim, tem prestado um conjunto de apoios onde se incluem a incubação, o financiamento, o *mentoring*, o *coaching*, a assistência na criação, desenvolvimento e gestão do negócio e desenvolvimento de competências empreendedoras. No caso da população jovem, a agência desenvolve os seguintes projetos de apoio ao empreendedorismo jovem:⁵

- *Concurso de Ideias Empreender Agora* – tem por objetivo estimular o empreendedorismo qualificado e inovador junto do público jovem e, assim, descobrir ideias inovadoras;

- *Momento empreendedor* – objetiva capacitar jovens universitários/as na criação e gestão do negócio próprio, através de mini cursos, formações e troca de experiências, aproximando-os/as da realidade de jovens empreendedores/as em Cabo Verde;

⁴ Informação obtida a partir da consulta do Programa do Governo para a VIII Legislatura.

⁵ Informação disponível em www.adei.cv.

- *Maratona do Empreendedorismo* – visa estimular a aquisição de conhecimentos chave associados ao processo empreendedor, criação e gestão de pequenos negócios e desmistificar os constrangimentos inerentes às iniciativas de autoemprego;
- *Incubadoras de empresas* – visa a redução das taxas de mortalidade das micro e pequenas empresas, propiciando um ambiente planeado e protegido para o desenvolvimento de novos projetos;
- *Oficina do/a empreendedor/a* – tem por objetivo combater a informalidade e promover ações integradas de fomento ao empreendedorismo, capacitação, crédito e acompanhamento empresarial com foco na competitividade e desenvolvimento sustentável dos micros e pequenos negócios;
- *Feira dos 3 E's (Empresas, Emprego e Empreendedorismo)* – trata-se de um projeto que visa a promoção/fomento do empreendedorismo e das iniciativas empresariais de base tecnológica. Proporciona o intercâmbio empresarial, o alargamento das redes de contacto além de orientação empresarial sobre gestão do próprio negócio, abertura de empresas, modelos de financiamento, entre outros.

Outro projeto a destacar é o Programa Emprego Jovem e Coesão Social. Executado pelo Ministério do Trabalho, Família e Solidariedade Social (MTFSS), tem financiamento da Cooperação Espanhola, via Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento e enquadra-se nos objetivos do Documento Estratégico de Crescimento e Redução da Pobreza II, pilar cinco, referente à Coesão social e no *One Programme* 2008-2011 assinado entre as Nações Unidas e o Governo de Cabo Verde. O projeto, que ainda decorre, surgiu em 2009, é de âmbito nacional e tem como alvo a população jovem na faixa etária 18 a 35 anos. Destina-se a combater o desemprego jovem, proporcionando o apoio à criação e ao desenvolvimento empresarial. O mesmo ministério também

implementa o Programa de Inserção Socioeconómica que visa a concessão de micro crédito aos jovens para atividades geradoras de rendimento.⁶

Ainda, no âmbito do empreendedorismo jovem, a Associação de Jovens Empresários de Cabo Verde (doravante, AJECV) presta apoio aos seus associados (jovens com idade entre os 18 a 41 anos) em matéria de formação, consultoria e incubação de empresas e tem desenvolvido um conjunto de projetos onde se incluem o FINAJOVEM – financie um jovem empreendedor; o Prémio do jovem empreendedor; Evento sobre empreendedorismo; Relatos de sucesso de jovens empresários.

Ao nível das instituições académicas, a Universidade Jean Piaget de Cabo Verde criou em 2004 um Centro de Desenvolvimento Empresarial. Este centro pretende contribuir para a promoção do empreendedorismo e, conseqüentemente, a criação de empregos; fomentar a criação de micro e pequenas empresas; capacitar as empresas com conhecimentos de gestão; orientá-las no uso da tecnologia e na obtenção de financiamentos disponíveis para a sua atividade.⁷ Este centro realiza concursos de ideias, palestras, workshops, e atualmente tem a sua atenção centrada no projeto Crianças empreendedoras para um Cabo Verde mais empreendedor. O projeto abrange alunos do segundo e terceiro ciclos do Ensino Básico Integrado e está sendo realizado junto de duas escolas primárias da ilha de Santiago e uma de São Vicente.

Associações orientadas para o desenvolvimento local também têm projetos neste domínio. Promovido pela Associação Inter Vila *Club* (Praia, ilha de Santiago) e financiado pelo MTFSS, o projeto Casa de Cultura e Espaço Jovem de Vila Nova surgiu em 2009 e desde então integra nos seus objetivos o fomento da vertente incubadora de microempresas como forma de incutir o empreendedorismo na camada jovem. Já a

⁶ Informação disponível em www.isu.pt.

⁷ Informação disponível em www.unipiaget.cv.

Associação Atelier Mar (ilha de São Vicente) desenvolve o projeto Promoção do Empreendedorismo Juvenil Local - Uma parceria Estado-Sociedade Civil. Com a duração de cerca de dois anos (Setembro de 2010 a Novembro de 2012), o projeto é cofinanciado pela Delegação da União Europeia em Cabo Verde e abrange as ilhas de Santo Antão e São Vicente. Visa promover a criação de estratégias para o aumento da empregabilidade e empreendedorismo juvenil, para o desenvolvimento local e redução da pobreza.⁸

Com foco no público feminino, a mesma associação implementou entre Março 2010 e Março 2011 o projeto Formar no Feminino, cofinanciado pela Fundação Calouste Gulbenkian, CVTelecom, Câmara Municipal de Benavente, Fundação Cidade de Lisboa e Atelier Mar. A pobreza, o desemprego, a baixa qualificação das mulheres, a sua reduzida capacitação empreendedora, a dificuldade de conciliação entre a vida familiar e profissional e, finalmente, a fraca assistência à saúde materno-infantil constituíram os seis grandes problemas sociais que impulsionaram o surgimento deste projeto. No seu âmbito, 180 jovens mulheres dos três concelhos da ilha de Santo Antão, receberam formação nas áreas de Monitora de Infância, Promotor de Saúde Pública e do Empreendedorismo. Com foco no mesmo público, o projeto Empreendedorismo Feminino abrange as ilhas de Santiago, São Vicente e Santo Antão; é financiado pela Cooperação Espanhola e proporciona formação das empresárias envolvidas; desenvolvimento dos planos de negócios, com assessoria e assistência técnica; e a concessão do crédito para as mulheres empreendedoras. Surge da parceria entre diversas instituições cabo-verdianas, afigurando-se entre elas o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) e a Organização das Mulheres de Cabo Verde (doravante, OMCV). O IEFP através dos Centros de formação profissional e emprego “promove a qualificação de jovens e adultos,

⁸ As informações sobre os projetos/programas desenvolvidos por estas associações foram obtidas mediante a consulta das suas páginas na internet (www.intervila.com e www.fundacaocidadelisboa.pt).

facilitando o seu acesso ao mercado de trabalho e incentivando a iniciativa individual e a sua intervenção nesse mercado” (IEFP, 2010:3). Com isso, perspectiva contribuir para a criação de empregos, a autonomia individual e o crescimento económico do país (*idem, ibidem*). Além da aposta na formação profissional, a OMCV dispõe de um sistema de microcrédito de abrangência nacional.

Por último, cabe destacar que o Governo de Cabo Verde estabeleceu no Orçamento Geral do Estado de 2010, a isenção do pagamento do Imposto Único sobre Rendimento às empresas que vierem a ser criadas por jovens empresários/as, com idades compreendidas entre os 18 aos 35 anos, durante os três primeiros anos.

Enfim, a população jovem está no centro das políticas públicas. Não só pelo facto de ter um grande peso na população cabo-verdiana e de constituir o segmento mais exposto à pobreza e ao desemprego, mas por se reconhecer nela uma força mobilizadora e transformadora do presente e do futuro das ilhas. Conforme afirma Andrade (2010:22) a “visão inicial que apresentava a população jovem como “problema” e considerava-a um segmento em risco, tende a ceder espaço ao reconhecimento da importância de suas potencialidades latentes”. Assim, a promoção de políticas de apoio/promoção ao empreendedorismo emerge da necessidade de despertar tais potencialidades e interligar o processo de desenvolvimento com o combate à problemática da pobreza e do desemprego (Ferreira, 2008). Em termos gerais, estas iniciativas possibilitam à população jovem o contacto com o empreendedorismo, com o empresariado e também com entidades que podem prestar auxílio na criação de uma solução de emprego/autoemprego. Permite que tenham acesso a informações para o desenvolvimento sustentável do negócio e estimulam o surgimento de ideias inovadoras, enquadradas nas necessidades de mercado e passíveis de darem origem a um negócio.

Capítulo 3. Metodologia da investigação

Mediante o posicionamento de alguns autores, nos dois capítulos antecedentes explicitámos o quadro teórico do trabalho, necessário para enquadrar o tema em questão. Neste capítulo descrevemos o quadro metodológico que orientou a pesquisa e, em certos aspectos, procuramos fundamentar teoricamente as nossas escolhas em termos metodológicos. Começamos por apresentar o modelo de estudo onde caracterizamos as diferentes opções adotadas, contextualizamos a pesquisa, os objetivos e as hipóteses de investigação. Além disso, descrevemos os procedimentos efetuados para a recolha dos dados e finalizamos o capítulo com o ponto dedicado ao tratamento dos dados.

3.1. Modelo de estudo

Opções metodológicas

Classificamos o nosso trabalho no grupo das pesquisas exploratórias. Segundo Gil (1996:45), estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema tendo em vista torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, permitindo o aprimoramento das ideias. O estudo exploratório que encetámos tem como base os pressupostos da investigação qualitativa. A abordagem qualitativa procura captar os aspectos contextuais, informais, dinâmicos de uma realidade em estudo no sentido de contribuir para a compreensão dos comportamentos e experiências humanas. Nesta perspectiva, o interesse volta-se mais para o processo que se está a investigar e menos para o facto de os resultados serem suscetíveis de generalizações (Bogdan e Biklen, 1994; Vieira, 1998). Optamos, ainda, por estruturar um plano de pesquisa que utiliza a pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas para a recolha de dados, submetidos

posteriormente a um processo de análise de conteúdo e que mais adiante trataremos de aprofundar.

A construção da investigação

Esta pesquisa tem como tema central o empreendedorismo jovem em Cabo Verde. É um estudo que surge do nosso interesse pessoal aliado ao contacto com a área de formação em que, em diversas ocasiões, problemáticas ligadas ao empreendedorismo foram abordadas. Contudo, tratando-se de questões na sua maioria relacionadas com o contexto europeu, este aspeto motivou-nos a compreender melhor o fenómeno tomando a realidade cabo-verdiana como contexto de referência. O interesse em trabalhar o tema também foi motivado pela escassez de estudos sobre a atividade empreendedora em Cabo Verde, principalmente, quando a população jovem surge como objeto de investigação. Destaca-se, por isso, o carácter pioneiro da investigação.

Além do tema e da sua abordagem no contexto de uma análise qualitativa, o estudo inova porque não só apresenta a perspetiva de quem empreende, mas também considera a perspetiva das instituições cabo-verdianas que prestam apoio na área do empreendedorismo. Assim, do ponto de vista prático, os resultados da pesquisa podem oferecer pistas importantes ao nível das políticas existentes e das estratégias a adotar na promoção do empreendedorismo; desenvolver a investigação ligada ao tema; sensibilizar as instituições de ensino para a importância de desenvolver competências empreendedoras; mostrar às instituições que trabalham neste domínio a perceção que os/as jovens têm a seu respeito, contributo que pode ajudar a melhorar os serviços que lhe prestam. Por sua vez, os/as jovens ganham noção das dificuldades que outros enfrentaram

na iniciação de suas empresas, as fontes de financiamento que recorreram neste processo bem como do potencial que as suas redes sociais podem assumir na criação da empresa.

Referido o contexto de surgimento da pesquisa, seus aspectos inovadores e suas possíveis contribuições de natureza prática, cabe realçar que o presente trabalho contempla o cruzamento de dois níveis de análise. O primeiro nível já foi discutido e fundamenta-se no conjunto de estatísticas, estudos e políticas que retratam a atividade empreendedora em Cabo Verde. Este nível faz parte da primeira etapa da pesquisa onde procuramos estabelecer o referencial teórico do trabalho que permitiu recolher subsídios para definir as hipóteses, os objetivos da investigação e elaborar o guião de entrevista. Permitiu, ainda, orientações para a definição dos principais conceitos considerados nesta dissertação e que adiante apresentaremos. O segundo nível de análise contribui para estruturar o estudo empírico, a segunda etapa do trabalho. Partindo de dois domínios em separado (por um lado, os/as jovens empreendedores/as e, por outro lado, as instituições que prestam apoio na área do empreendedorismo), buscamos em cada um deles recolher subsídios para a análise global. Cabe realçar que a elaboração da conclusão deste trabalho apoia nas contribuições dos dois níveis de análise apontados, constituindo esta fase a última etapa desta pesquisa.

Definição dos conceitos

O trabalho que propomos realizar assenta num conjunto de conceitos cujo entendimento é proposto nesta seção. Começamos pela noção de empreendedorismo. A base do entendimento da noção foi adotada a partir da concetualização proposta por Gartner (1989), havendo outros estudos que seguiram a mesma concetualização (Vale e

Guimarães, 2010). Isto porque, na impossibilidade do projeto de dissertação abranger e englobar todos os aspectos e detalhes envolvidos na análise do tema estabelecido, a adoção desta proposta pareceu-nos a mais adequada. A partir desta proposta e, tal como já tínhamos referido na primeira parte do trabalho, o entendimento deste termo está associado à criação de novas empresas decorrente ou não da perceção de uma oportunidade de negócio, num quadro repleto ou ausente de outras alternativas profissionais, por empreendedores/as que, individualmente ou em conjunto com outras pessoas, recorrem às suas redes sociais no sentido de obterem um maior número de contactos e recursos. Importa ainda referir que a base da noção do empreendedorismo por oportunidade e por necessidade é a mesma daquela apresentada pelo GEM (2010) e que, em certa medida, já vem implícita na proposta da noção de empreendedorismo acima apresentada.

Feito este esclarecimento torna-se importante definir um outro conceito: o de redes sociais. Neste trabalho, a noção de redes sociais integra dois tipos de redes: informal (ou pessoais) e formal (ou institucionais). Consideramos como rede informal aquela que é constituída por pessoas próximas ao indivíduo, nomeadamente, amigos e elementos da família (mãe, pai, irmãos, primos e cônjuge) aos quais os/as jovens tenham recorrido na fase da criação e desenvolvimento do negócio. Por sua vez, a rede formal envolve pessoas situadas fora do círculo familiar e de amizade de quem empreende sendo representada pelas instituições (bancárias, do micro crédito e outras de apoio ao empreendedorismo em Cabo Verde) aos quais os/as jovens tenham recorrido na fase da criação e desenvolvimento do negócio. De acordo com o tipo de rede, os apoios recebidos serão considerados como informais (aqueles providenciados pelas redes informais ou pessoais) e institucionais (provenientes das redes formais ou institucionais).

Por último, na perspectiva teórica deste trabalho, referimos que a inovação surge como um aspecto chave em matéria de empreendedorismo, cabendo a quem empreende a iniciativa de criar ou (re)combinar (novos) produtos, serviços ou processos. Adotando esse entendimento, procuramos conhecer em que medida as ideias iniciais de quem empreende são inovadoras. Para tanto, consideramos os cinco tipos de inovação mencionados no primeiro capítulo do trabalho e que são: introdução de novos produtos/serviços; introdução de novos métodos de produção; abertura de novos mercados; desenvolvimento de novas fontes de matérias primas; criação de novas estruturas de mercado em uma indústria.

Questões da investigação, variáveis, objetivos e hipóteses

Relativamente à população jovem, a análise fundamenta-se nos seguintes questionamentos: o que é que motiva jovens da ilha de Santiago a criar uma empresa? Que tipo de redes sociais os/as jovens mobilizam para a criação e desenvolvimento do negócio e quais os recursos providenciados por estas redes? Quais os principais obstáculos/constrangimentos que os/as jovens enfrentam? Atendendo a estes questionamentos, identificamos um conjunto de variáveis independentes que serviram de guia para a nossa investigação e que são: o sexo; a idade; o estado civil, as experiências profissionais e empresariais anteriores; o nível de escolaridade.

Por sua vez, a incidência da análise referente às instituições recai sobre: os apoios/programas que prestam; os resultados alcançados; os principais problemas com que se deparam; e as perspetivas que orientam o futuro no seu campo de atuação. Consideramos, ainda, de todo pertinente analisar se tais instituições realizam um trabalho colaborativo/em rede, mediante o estabelecimento de parcerias quer entre estas

instituições como também entre elas e as empresas criadas pelos/as jovens. Apurar esta informação permite confrontar a realidade com o quadro teórico onde, apoiando no modelo da quádrupla hélice, concebemos que a inovação surge deste contacto.

Quanto aos objetivos deste estudo, o principal centra-se na análise dos fatores que influenciam a população jovem da ilha de Santiago a criar uma empresa na Cidade da Praia. A partir deste, definimos seis objetivos específicos. O primeiro consiste em traçar o perfil empreendedor da pessoa jovem. O segundo objetivo centra nas motivações que conduziram à criação da empresa. O terceiro, quarto e quinto objetivos centram-se nas redes sociais e procuram (iii) identificar os tipos de redes sociais que são mobilizados na criação da empresa; (iv) identificar os apoios providenciados por estas redes; e (v) analisar a contribuição dos apoios formais/institucionais na criação e desenvolvimento das empresas. O sexto objetivo identifica as principais dificuldades que estiveram presentes na fase da criação e posterior desenvolvimento da empresa.

Atendendo aos objetivos e ao problema de investigação definidos, formulamos as seguintes hipóteses:

- H1.** O desejo de realização, de independência, de concretização de uma oportunidade de negócio e a situação de desemprego constituem os principais motivos considerados no processo de criação das empresas.
- H2.** Os/as jovens recorrem às suas redes pessoais para a obtenção de aconselhamento, informações e capital inicial para a criação da empresa.
- H3.** A importância das redes pessoais mantém-se desde a fase inicial da empresa até ao seu posterior desenvolvimento.
- H4.** Os apoios institucionais têm maior relevância na fase de desenvolvimento do negócio do que na fase da sua criação.

- H5.** As empresas criadas vinculam-se aos seguimentos tradicionais do mercado (serviços e comércio), mas existe a preocupação com a inovação por parte dos/as jovens que empreendem.

A primeira hipótese resulta dos contributos de investigações prévias que apontam os três primeiros motivos como as principais motivações de quem empreende. Incluir a situação de desemprego permite verificar se o empreendimento surgiu de um quadro de necessidade, onde não existia outras alternativas profissionais. Por outro, contribui para complementar os estudos realizados por Baptista, Ramalho e Silva (2006) e Ferreira (2008), mas cujos resultados divergem sobre este ponto. Ou seja, enquanto que no trabalho de Baptista, Ramalho e Silva (2006) o desemprego é tido como motivação de base para a criação dos empreendimentos, no estudo de Ferreira (2008) este fator não é apontado como fazendo parte do rol dos motivos que impulsionaram a atividade empreendedora.

Considerando que em Cabo Verde ainda predominam certas formas de solidariedade primária em termos de proteção social; que as redes cabo-verdianas são baseadas sobretudo na família; que os laços de sangue funcionam como importante fator para a gestão da solidariedade e da inter ajuda (Baptista, Ramalho e Silva, 2006; Grassi, 2006), a segunda e terceira hipóteses têm por base estes fundamentos. Têm ainda como fundamento a literatura que enfatiza o papel das redes nas iniciativas empreendedoras bem como os constrangimentos do ambiente empresarial cabo-verdiano anteriormente apontados, com particular destaque para a dificuldade de acesso ao financiamento, a burocracia, os elevados custos associados a atividade empresarial e falta de articulação entre as instituições que apoiam o setor privado. Decorrente deste quadro, conjeturamos a quarta hipótese que os apoios institucionais/formais têm pouca relevância para os jovens

na criação de sua empresa. Com isso, pressupomos que poucos são aqueles/as que recorrem às instituições de apoio ao empreendedorismo quando decidem trilhar pela vida empresarial, na medida em que é através das suas redes pessoais que conseguem os apoios que necessitam para a criação e desenvolvimento da atividade empresarial.

Finalmente, colocamos a quinta hipótese no seguimento do retrato do tecido empresarial cabo-verdiano apresentado, dos estudos internacionais sobre o ambiente de negócios em Cabo Verde já apontados e da literatura que nota que a envolvimento de jovens em atividades empreendedoras os/as tornam mais flexíveis quanto a inovação.

3.2 A recolha dos dados Participantes do estudo

Para a realização desta pesquisa consideramos uma população cuja escolha foi norteada por alguns critérios. No caso das instituições, a escolha de cada uma foi feita por conveniência, de acordo com os critérios de acessibilidade da pesquisadora e disponibilidade dos seus responsáveis. De igual modo, tivemos em conta a natureza das entidades descritas no quadro do modelo da quádrupla hélice. Assim, foram escolhidas duas instituições públicas (a ADEI e o Centro de Emprego e Formação Profissional da Praia, CEFPP), uma instituição académica (Universidade Jean Piaget de Cabo Verde através do CDE) e duas organizações não governamentais (a AJECV e a OMCV, sendo esta última também do microcrédito). No total entramos em contacto com seis instituições,

sendo apenas as cinco enunciadas as que aceitaram participar no estudo.⁹

⁹ Estabelecemos diversos contactos com a Associação de Apoio para a Auto Promoção da Mulher no Desenvolvimento (MORABI), mas sempre nos foi informado que a presidente não tinha disponibilidade para a realização da entrevista. Quanto às 5 instituições que participaram da pesquisa, apontamos os seus dados no apêndice IV.

Para a população jovem, objeto empírico desta pesquisa, optamos por selecionar empreendedores/as de ambos os sexos; com nacionalidade cabo-verdiana; que tenham recorrido à sua rede pessoal (familiares e amigos) para criar uma empresa; constituída formalmente e a operar no mercado.

Na impossibilidade de abranger o arquipélago (limitação de tempo e de recursos financeiros), escolhemos trabalhar com jovens que tenham criado as suas empresas na ilha de Santiago, centralizando na Cidade da Praia. A escolha da ilha é justificada por ser a mais populosa, com maior nível de urbanização e desenvolvimento, concentrando na Cidade da Praia o tecido empresarial do país bem como grande parte das instituições que atuam no domínio do empreendedorismo. A escolha da Cidade da Praia deveu-se ainda ao facto de constituir a nossa zona de residência, o que facilita a nível das deslocações.

Além destes, outro critério que consideramos relaciona-se com a idade das pessoas, inicialmente delimitada entre os 18 aos 35 anos.¹⁰ Contudo, esta limitação revelou-se rígida devido às dificuldades encontradas na altura da recolha dos dados, motivo que levou-nos a rever o critério e alargar a idade estabelecida para os 37 anos.¹¹

Definidos os critérios, a nossa amostra de jovens é constituída por 14 empreendedores/as, sendo 8 homens e 6 mulheres. Como adiante especificaremos, são jovens a viver maritalmente, com formação académica a nível superior e idade

¹⁰ Em linha com aquela apontada pelo Governo de Cabo Verde no documento *Sessão do Conselho de Ministros Dedicada à Juventude: Documento Estratégico*, Praia, 2002.

¹¹ Inicialmente tínhamos 20 entrevistas com data e hora definidas. Neste conjunto realizamos a metade (7 homens e 3 mulheres), sendo as restantes sucessivamente adiadas devido à falta de tempo por parte das pessoas contactadas. Das 10 entrevistas pendentes, conseguimos realizar apenas uma. Nas restantes, três jovens (1 homem e duas mulheres) desistiram e, por duas vezes, ocorreu que seis (1 homem e 5 mulheres) não compareceram à entrevista. A dificuldade na remarcação das entrevistas e as desistências anteriores levou-nos a estabelecer outros contactos na tentativa de conseguir completar o número inicial. Destes contactos, encontramos três jovens empresárias que mostraram disponibilidade para serem entrevistadas. Apesar de terem idade superior aos 35 anos, a limitação do tempo, dificuldades na remarcação das entrevistas pendentes e em encontrar mulheres empresárias com idade compreendida entre os 18 a 35 anos que aceitassem conceder entrevistas, são razões que justificam a nossa decisão em incluir as últimas três jovens no grupo das pessoas entrevistadas.

compreendida entre os 25 e os 37 anos. As suas empresas foram criadas em nome individual, entre 2004 a 2011 e desenvolvem as suas atividades no setor terciário.

Técnicas e procedimentos

O primeiro contacto com os/as jovens, teve lugar em Julho de 2011 (por altura das férias escolares) durante a Feira dos 3E's (Empresas, Emprego e Empreendedorismo) promovida pela ADEI. No segundo regresso ao país (Fevereiro de 2012), acionamos os contactos anteriores e conseguimos a realização de duas entrevistas. As demais entrevistas foram marcadas em função destas duas. Ou seja, foram as pessoas inicialmente entrevistadas que indicaram outras que tinham criado empresas e assim sucessivamente. Neste sentido, a bola de neve foi a técnica de amostragem utilizada. Esta técnica foi escolhida porque pretendíamos chegar aos entrevistados por indicação de uma pessoa conhecida, tendo em vista minimizar suas resistências.

Assim, uma vez que a preocupação com a representatividade não se coloca, quanto à seleção dos participantes (jovens e responsáveis/dirigentes das instituições) a estratégia de amostragem é não probabilística. Conhecemos as vantagens dos procedimentos de amostragem probabilística. Contudo, conforme explica Bryman e Cramer (1993:129), a “diferença entre a investigação baseada em amostras aleatórias e em amostras de conveniência não é tão grande como se podia julgar”, particularmente em estudos de natureza qualitativa.

Concomitante ao processo de contacto e seleção dos participantes, elaboramos o roteiro das entrevistas. De acordo com Quivy e Campenhoutdt (1998) a entrevista permite analisar o sentido que as pessoas dão às suas práticas e aos acontecimentos com

que se veem confrontados. Por outro lado, segundo Yin (2004), a entrevista é uma fonte essencial na recolha de dados, particularmente quando se debruça sobre assuntos que dizem respeito a seres humanos, os quais devem ser conhecidos e interpretados através do olhar das pessoas.

A entrevista individual adotada foi a semi-estruturada, orientada por guiões (apêndice I), previamente estabelecidos permitindo, contudo, à pessoa entrevistada alguma maleabilidade para fornecer outros elementos que, em sua opinião, fossem pertinentes. Apoiados nesse roteiro, conduzimos um total de 19 entrevistas que foram realizadas ao mesmo número de indivíduos (5 às instituições e 14 aos jovens), com duração média de 45 minutos. Cabe realçar que, apesar de cinco empresas terem suas quotas distribuídas entre alguns sócios, consideramos o ponto de vista de um único sócio (o/a sócio/a fundador/a). As entrevistas foram agendadas por telefone entre 26 de Março a 26 de Abril de 2012, em função do tempo e da disponibilidade das pessoas. No caso das instituições, além do contacto telefónico, entregamos uma carta solicitando a concessão da entrevista (apêndice V). Todas as entrevistas foram realizadas individualmente, em contexto presencial na instituição que aceitou participar no estudo ou na empresa do/da jovem. Apenas três entrevistas a jovens foram concedidos num outro espaço: 1 na sala de receção da AJECV; 1 numa das salas da Universidade de Cabo Verde e outra numa sala do Palácio da Justiça. Com autorização prévia da pessoa entrevistada, todas as entrevistas foram gravadas. Posteriormente, foram ouvidas repetidamente e transcritas (sinopse das entrevistas em apêndice II). De um modo geral, os jovens empresários do sexo masculino mostravam maior disponibilidade em marcar as entrevistas e, com base no tempo de duração, em média, os encontros eram mais longos.¹²

¹² A média da duração da entrevista com jovens do sexo masculino situa-se à volta dos 60 minutos. Para as jovens do sexo feminino está média foi de 32 minutos.

Bogdan e Biklen (1994) referem que em investigação qualitativa as entrevistas podem ser utilizadas de duas formas: podem constituir a estratégia dominante para a recolha de dados, ou podem ser utilizadas em conjunto com outras técnicas. Neste caso, a entrevista foi a principal fonte de informação e teve a pesquisa bibliográfica como complemento aos dados recolhidos.

Conforme escreve Gil (1996:48), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. O mesmo autor acrescenta que a sua principal vantagem reside no facto de permitir a quem investiga a cobertura de uma gama de fenómenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente (Gil, 1996:50). Neste sentido, a pesquisa bibliográfica foi realizada com o objetivo de estabelecer as bases de entendimento do fenómeno em causa, definir a problemática, os objetivos e formular as hipóteses da investigação. Além de livros e artigos científicos, consultámos algumas teses e estudos sobre a matéria acedidos mediante a visita a bibliotecas ou com recurso à Internet.

Convém ainda assinalar a importância de algumas conversas informais, de carácter exploratório tidas com jovens empresários/as bem como responsáveis de instituições cabo-verdianas, designadamente durante o período das férias escolares de Junho 2011 passadas na Cidade da Praia e que contribuíram para oferecer pistas relevantes que ajudaram na concretização deste trabalho.

3.3 Tratamento de dados

A análise dos dados obtidos através das entrevistas foi feita com recurso à análise de conteúdo. Cappelle, Melo e Gonçalves (2003) afirmam que este método é

bastante utilizado em estudos de natureza qualitativa e citam diversos autores que apoiam essa estratégia no tratamento dos dados. Entre esses autores encontramos Bardin que define a análise de conteúdo como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 1977 *apud* Cappelle, Melo e Gonçalves, 2003:4). Na perspectiva da autora citada este método de análise compreende diferentes fases (pré análise; a exploração; e o tratamento dos resultados obtidos e interpretação) e pode ser desenvolvido com recurso a várias técnicas, sendo a análise categorial ou temática a mais utilizada. De referir que neste estudo optamos por essa técnica e procuramos respeitar as fases que caracterizam o método em questão. Assim, definidos os objetivos, as hipóteses da investigação e um quadro teórico de referência, procedemos à constituição do *corpus* de análise constituído pelas entrevistas realizadas aos jovens e aos responsáveis das instituições. A partir da leitura do material transcrito, fizemos o recorte dos temas. Em função destes delineamos as categorias de análise que norteou a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos. As categorias tiveram também como base o enquadramento teórico do trabalho.

A análise de conteúdo da entrevista realizada aos jovens incidiu sobre cinco categorias cujos elementos de análise são apresentados no quadro 4. Ciente do interesse que o foco em outros elementos poderia proporcionar, optamos por incidir a análise nos que abaixo apresentamos dada a necessidade de delimitar os aspectos a estudar.

Quadro 2 – Categorias e elementos de análise

Categorias de análise	Elementos de análise
<p>O perfil empresarial: esta categoria inclui elementos que possam caracterizar a pessoa empreendedora bem como a empresa criada</p>	<p>Caraterísticas de quem empreende: Sexo, idade; estado civil; situação profissional de partida (empregado/desempregado); habilitações literárias; e experiência empresarial</p>
	<p>Caraterísticas do empreendimento: Tempo de funcionamento; forma jurídica; ramo de atividade; âmbito geográfico de atuação; e número</p>

	de empregados.
<p>A ideia do negócio: congrega-se nesta categoria a opinião dos/jovens sobre o contexto de surgimento da ideia bem como aspectos diferenciadores do empreendimento que permitem saber se se trata de um projeto inovador.</p>	Contexto de surgimento da ideia: . Autoria da ideia; planificação; formação; influência sexual.
	Aspectos a considerar se se tratando de um projeto inovador: . Introdução de novos produtos/serviços . Introdução de novos métodos de produção . Abertura de novos mercados . Desenvolvimento de novas fontes de matérias primas . Criação de novas estruturas de mercado em uma indústria
<p>Motivações para empreender esta categoria é constituída pelas principais motivações que orientaram a criação da empresa</p>	Desejo de realização; independência; concretização de uma oportunidade de negócio; situação de desemprego
<p>Redes sociais encontram-se, nesta categoria, as redes acionadas no processo de criação/desenvolvimento da empresa bem como os apoios providenciados por meio destas</p>	Tipo de redes sociais acionadas na criação e desenvolvimento da empresa: . Redes formais/institucionais . Redes informais/pessoais
	Tipos de apoios obtidos: . Apoio social – aconselhamento e consultoria . Apoio financeiro – empréstimos e financiamentos . Outros apoios – equipamentos e espaços de instalação do negócio
<p>Obstáculos e desafios congrega-se nesta categoria a opinião dos/jovens sobre as perspectivas futuras, as dificuldades enfrentadas na fase de arranque do negócio bem como aquelas que ainda persistem mesmo após a empresa estar a operar no mercado.</p>	. As dificuldades iniciais são considerados como obstáculos . As dificuldades posteriores à entrada da empresa no mercado são considerados como desafios . Perspetivas futuras . Sugestões

Fonte: elaboração própria

Em complemento às entrevistas realizadas aos jovens, aquelas que foram feitas às instituições são analisadas com foco nos seguintes aspectos: a) os apoios/programas que prestam; b) os resultados alcançados; c) as boas práticas; d) as estratégias de comunicação; e) os principais problemas com que se deparam; f) as perspectivas que orientam o futuro no seu campo de atuação.

Cabe realçar que o interesse deste estudo é observar mais estes aspectos do que observar o meio externo (conjuntura económica), não fazendo parte das nossas intenções as explicações de ordem cultural.

Enfim, conhecido o quadro metodológico que orientou a concretização deste trabalho, o próximo ponto é dedicado à apresentação do estudo empírico que realizamos.

II PARTE – O ESTUDO EMPÍRICO

Capítulo 4. Perfis, motivações e práticas de empreendedorismo jovem em Cabo Verde

Uma vez abordado o quadro teórico e metodológico do trabalho, neste capítulo pretendemos analisar e discutir os resultados obtidos através do estudo empírico. A análise recai sobre as entrevistas realizadas tanto aos jovens como às instituições de apoio ao empreendedorismo.

4.1 Jovens que empreendem criando o seu próprio negócio: o perfil empresarial

A partir do testemunho das pessoas empreendedoras que constituem a nossa amostra, elaboramos um perfil empresarial. O quadro que abaixo apresentamos sintetiza essas informações da seguinte forma:

Quadro 2 – Perfil empresarial

Pseudónimos dos/das jovens por ordem de entrevista	Idade anterior	Idade atual	Estado civil	Experiencia profissional	Primeira empresa	Escolaridade
1. Carlos	28	31	Casado	Sim	Sim	Frequenta Mestrado
2. Hélio	29	32	Vive maritalmente	Sim	Sim	Licenciado
3. Maria	25	26	Vive maritalmente	Sim	Sim	Licenciada
4. Manuel	25	29	Vive maritalmente	Sim	Sim	Formação profissional
5. João	27	30	Vive maritalmente	Sim	Não	Bacharel
6. Amália	30	30	Solteira	Sim	Sim	Mestre
7. Fernando	22	25	Casado	Sim	Não	Formação profissional
8. Ana	30	36	Solteira	Sim	Sim	Licenciada
9. José	28	29	Casado	Sim	Sim	Frequenta Licenciado
10. Teresa	34	37	Casada	Sim	Não	Licenciada
11. Luísa	29	37	Casada	Não	Sim	Licenciada
12. Ricardo	22	25	Vive maritalmente	Sim	Sim	Curso médio
13. Antónia	28	31	Vive maritalmente	Sim	Sim	Formação profissional
14. Pedro	29	32	Solteiro	Sim	Sim	Licenciado

Fonte: elaboração própria

Como é possível observar, dos 14 jovens que fizeram parte deste estudo, sobrepõe o sexo masculino, com 8 entrevistados homens e 6 mulheres. São jovens com idade compreendida entre os 25 e os 37 anos, sendo 28 anos a média das idades. Na altura da criação das empresas, a média das idades dos homens era de 26 anos e das mulheres situava-se à volta dos 29 anos. O que demonstra que os homens criaram as suas empresas mais cedo, com menos idade. Confirma-se, portanto, neste estudo, o que parte da literatura já indica, que as mulheres, comparativamente aos homens, entram mais tarde no mundo empresarial (Pereira, 2001).

Quanto ao estado civil, a situação pessoal dominante é a de viver maritalmente (6), seguido do estado casado (5) e solteiro (3). Os homens têm mais tendência a viverem maritalmente (4 *versus* 2) e casados (3 *versus* 2) do que as mulheres. As entrevistadas do sexo feminino são em maior número na condição de solteiras (2 *versus* 1).

No que respeita à experiência profissional e empresarial, das pessoas entrevistadas, 9 já exerceram uma atividade profissional. Carlos, Maria, Amália e Teresa informaram que continuam exercendo uma atividade profissional, executado em paralelo com as atividades da empresa. No total são 13 jovens que trabalharam/continuam trabalhando por conta de outrem, sendo que 8 são homens e 5 são mulheres. Os homens dominam o setor privado pois exerceram/continuam exercendo a sua atividade em empresas. De notar que o José já trabalhou como gestor numa empresa; o João já esteve envolvido na criação de outra empresa; e os outros 6 jovens tinham experiência empresarial anterior porque trabalhavam no mesmo setor no qual vieram a lançar o novo projeto. Neste sentido, os homens combinam experiência profissional e empresarial.

As mulheres não fazem a mesma combinação. As que possuem experiência profissional ocuparam/ocupam o setor público e apenas a Teresa já esteve envolvida na

criação de outra empresa, anterior à atual. É também no grupo das seis mulheres entrevistadas que encontramos o único caso, o da Luísa, onde a experiência profissional não se regista porque a jovem já tinha elegido a constituição da própria empresa como primeira alternativa de emprego. Nas suas palavras:

Quando eu terminei a minha formação, regressei para Cabo Verde e não queria trabalhar no hospital. Porque o hospital não te oferece a mesma bagagem para trabalhares com a mesma qualidade. Então, resolvi criar a minha própria empresa. Luísa, Atividade de medicina dentária e odontológica.

Assim, se das pessoas entrevistadas a maioria não tinha criado uma empresa antes (12 casos), os resultados obtidos demonstram que os homens dominavam esta área devido à experiência de trabalhos anteriores. Assim, a ausência da experiência empresarial está especialmente presente nas mulheres, o que parece estar de acordo com os resultados apontados por Pereira (2001), Minnit e Arenius (2003), de que as mulheres têm menos experiência quando começam um negócio comparativamente aos homens.

Por último, quanto à escolaridade, quem empreende apresenta um grau de instrução elevado compreendido entre formação profissional e universitária. Das 14 pessoas entrevistadas, apenas Manuel, Fernando e Antónia detêm níveis de formação profissional. Assim, o nível universitário sobrepõe e conta com 11 casos (8 casos com formação universitária superior; 2 a frequentar esse nível de ensino; 1 caso com Curso médio e 1 com Bacharel). As áreas de estudo em que os/as jovens se agrupam são bastante diversificadas, sendo de destacar a Administração/gestão empresarial (6 casos) estando as restantes distribuídas da seguinte forma: Ciências Sociais (4 casos); Engenharia (3 casos) e Saúde (1 caso). De notar que é no grupo das mulheres que encontramos os níveis mais elevados de escolaridade (4 licenciadas e 1 mestre). Assim, cabe salientar que apesar delas terem entrado mais tarde no mundo empresarial e de

possuírem menos experiência neste domínio, estão mais avançadas em termos académicos.

A partir dos testemunhos recolhidos importa também apresentar uma caracterização das empresas e que o quadro abaixo faz a seguinte apresentação:

Quadro 3 – Caracterização das empresas

Pseudónimos dos/das jovens por ordem de entrevista	Tempo empresa	Forma jurídica	Ramo de atividade	Atuação	Nº empregados
1. Carlos	3 anos e 3 meses	Por quotas	Atividades de telecomunicações por fio	2 ilhas	3
2.Hélio	4 anos	Unipessoal	Reciclagem de matérias informáticas	Local	5
3.Maria	1ano e 10 meses	Por quotas	Ensino de inglês	Local	1
4.Manuel	5 anos	Por quotas	Publicidade	Local	4
5.João	3 anos	Unipessoal	Instalação e manutenção elétrica	Local	2
6.Amália	9 meses	Unipessoal	Atividades de design	Local	1 (a própria)
7.Fernando	4 anos	Unipessoal	Comércio e aplicação de tintas	Local	2
8.Ana	5 anos	Unipessoal	Atividades de limpeza	+ 2 ilhas	20
9.José	11 meses	Por quotas	Comércio de papeis de parede	Local	5
10.Teresa	2 anos	Por quotas	Atividades administrativas	Local	2
11.Luísia	8 anos	Unipessoal	Atividade de medicina dentária e odontológica	2 ilhas	5
12.Ricardo	1 ano e meio	Unipessoal	Indústria e comércio de mobiliário	Local	2
13.Antónia	3anos e meio	Unipessoal	Industria metalúrgica e serviço	Local	3
14.Pedro	3 anos	Unipessoal	Comércio de materiais informáticos e serviço	Local	4

Fonte: elaboração própria

Todas as empresas foram criadas entre 2004 a 2011, havendo uma com 9 meses, o negócio mais recente e outra com 8 anos, que corresponde à empresa com maior tempo de funcionamento. São, sobretudo, empresas em nome individual, o que de resto espelha a realidade empresarial cabo-verdiana. Porém, encontramos 5 empresas que detêm o estatuto legal de sociedade por quotas. As sociedades foram formadas com pessoas próximas a quem empreende, nomeadamente, o cônjuge (2 casos), um primo e um amigo (1 caso), ou apenas um amigo (1 caso) e um primo (1 caso). Do ponto de vista geográfico a atuação das empresas situa-se a nível local, havendo 3 com atuação em outras ilhas além de Santiago. Quanto ao ramo de atividade, sobrepõe as empresas que trabalham na

área de prestação de serviços (6 casos) seguido daquelas que atuam tanto nos serviços como no comércio (5 casos). Ainda temos 2 empresas que atuam em atividades industriais, de serviço e comércio; e 1 que só atua na área de indústria e serviços. Finalmente, considerando o número de empregados, 13 empresas podem ser classificadas como microempresas e uma como média.¹³ Em apenas um caso a pessoa empregada é a mesma que empreende.

4.2 A ideia do negócio

Com exceção do caso de Ricardo, onde a ideia do negócio não partiu de si, mas surge em conjunto com um amigo, todos os depoimentos de quem empreende sugerem que a ideia de criar a empresa não teve proveniência de fontes externas. Ou seja, coube aos jovens a autoria da ideia de criar o próprio negócio. Em alguns casos essa ideia acompanhava a pessoa há já algum tempo (3 casos). Noutros, foi algo que surgiu de repente (2 casos). Há quem tenha mudado de opinião relativamente à ideia de negócio que tencionava materializar (2 casos). Mas a maioria tinha claro desde o início a área que pretendiam investir (7 casos). Em qualquer um dos casos, os/as jovens mostravam-se confiantes relativamente à concretização da sua ideia, a ideia de ter um negócio próprio que em 12 casos há muito vinha sendo acalentada.

A esse respeito, Maria afirma “eu achei que a minha ideia já estava formada e tinha que dar certo. Eu sempre tive confiança em mim mesma. Eu achei que tinha que dar certo.” Tal como ela, Carlos, Manuel, João, Amália, Fernando, Teresa, Ricardo, Antónia e Pedro tinham definidos na cabeça a conceção e o desenvolvimento do negócio. A partir

¹³ Segundo a classificação do INE, são micro empresas aquelas com 0 a 5 empregados; medias empresas, com 6 a 20; e grandes empresas, aquelas com um número superior a 21 empregado (Ministério da Qualificação e Emprego, 2008).

de então fizeram o possível para concretizar o que tinham em mente com base na coragem, determinação e vontade de empreender. Ou seja, estas 10 pessoas empreendedoras têm em comum o facto de nenhuma delas ter previamente elaborado um plano de negócios, ação relegada para a fase da entrada da empresa no mercado.

Como observa a literatura, o plano de negócios constituiu um importante instrumento de planeamento/gestão, que aumenta as taxas de sobrevivência das novas empresas no mercado (Leite, 2002; Ferreira, Santos e Serra, 2010; Saraiva, 2011). Um dos motivos que pode justificar a ausência do plano está assente no seu custo elevado. Como as organizações do terceiro setor não estão capacitadas para realizar esse tipo de ação, quem pretende criar um negócio e ambiciona um empréstimo bancário tem que pagar pela elaboração do plano (cerca de 100 ou mais mil escudos, o equivalente a 910 euros). Assim, na maior parte das vezes, quem empreende não dispunha de dinheiro nem para investir no negócio quanto mais para a elaboração do referido documento.

Comecei a partir da minha própria iniciativa (...). Fazer um projeto custava no mínimo 100 contos. Isso era difícil. Então, elevados custos logo no início. Onde é que eu saíria com esse recurso? O que eu que fiz? Coloquei as minhas ideias em prática e fui avançando. É mais ou menos isso. O meu projeto é a minha cabeça. Fui eu quem fiz o estudo de viabilidade, o estudo do mercado. Peguei numa folha de papel e comecei a escrever. Fernando, Comércio e aplicação de tintas.

Caso não dispusessem desse montante, podiam sempre recorrer a alguém conhecido para fazer esse trabalho sem nenhum custo associado ou então recorrer à ADEI. Junto dessa instituição poderiam ter conseguido um financiamento em até 70% para a elaboração do documento. Nestes casos, quem empreende indica ter procurado informações junto a pessoas conhecidas, mas não ter recorrido a empréstimos bancários e nem a auxílios institucionais para a realização de um planeamento formal, tomado como suporte à

decisão de criar a empresa. Isto porque como as pessoas já tinham como certo essa ideia de uma atividade própria, os seus testemunhos sugerem que o estabelecimento do negócio constituiu quase que um “rumo natural” das suas vidas, motivo que também as possa ter levado a prescindir de um planeamento formal. A corroborar esse encaminhamento para a vida empresarial temos o seguinte testemunho:

Eu sempre tive isso...tinha vocação e a minha ideia era ser um empresário...ainda muito mais jovem. Era para sê-lo aos 22 anos. Infelizmente, isso não aconteceu. Só depois é que veio a acontecer *[aos 27 anos]*. Não deixa de ser bom. Naquela altura era imaturo e talvez 22 anos não fosse a altura certa. Mas...era para ser muito mais cedo. João, Instalação e manutenção elétrica.

Em apenas 4 casos houve a elaboração prévia do plano. São os casos do Hélio, Ana, José e Luísa, jovens que suportaram o custo da elaboração do documento sem o qual seria praticamente impossível conseguir o empréstimo bancário a que recorreram. É de notar que comparando as empresas dos quatro jovens com as outras criadas sem um plano, aquelas que estão em suas propriedades possuem maior número de pessoas empregadas e, apesar de não especificarem o valor, seus proprietários/as indicam que fizeram avultados investimentos iniciais para criarem a empresa, aspecto não identificado nas outras pessoas entrevistadas. No entanto, com ou sem plano de negócios, as empresas continuam a operar no mercado e nenhuma tem a perspectiva de encerrar as portas.

Apesar da falta de planeamento que caracteriza a fase de arranque, a formação de quem empreende desempenhou um papel importante na medida em que está relacionada com a área em que as empresas foram criadas, havendo uma unanimidade em sublinhar a importância da própria formação para a criação da empresa. Contudo, na perceção de doze jovens não basta ter um nível de escolaridade elevado para um/a jovem criar uma empresa no ramo em que atuam, evocando como modelo de referência empresários/as em

Cabo Verde com baixo nível de escolaridade e que sobressaíram no mundo empresarial. Nos restantes dois casos, ter um curso superior permitiria alargar os horizontes, captar, gerir melhor as informações e tomar decisões. Ambos são jovens do sexo masculino que não completaram a formação a nível superior.

Mas os/as jovens não mostram acordo apenas neste aspecto da formação. Em 11 casos suas opiniões também convergem na seguinte posição: o facto de serem homens ou mulheres não facilitou nem dificultou em nenhum momento da fase de criação e posterior entrada/permanência da empresa no mercado. As pessoas entrevistadas consideram que os homens e as mulheres estão em pé de igualdade (4 referências) e que por isso não registam diferenças ao nível empresarial (7 referências). Noutros 3 casos, ser homem (1 caso) ou mulher (2 casos) é visto como uma vantagem. João tem uma empresa que atua no ramo da eletricidade e para ele o facto de ser homem ajudou porque esta área ainda é dominada por homens. A empresa de Amália realiza atividades de design, outro ramo que a jovem diz também ser dominado por homens. Contudo, “ser mulher é uma facilidade porque desperta o interesse das pessoas pelo meu trabalho, embora nem sempre seja fácil trabalhar com homens, pois misturam o relacionamento profissional com o relacionamento pessoal,” diz Amália. Por sua vez, Ana refere que no domínio empresarial ser mulher pode até favorecer porque “ nós temos um jeitinho de pedir, conhecemos um amigo que não cobra pelos seus serviços...” Assim, as evidências empíricas demonstram que as mulheres não enfrentaram obstáculos associados à discriminação com o género.

Relativamente às ideias de negócio, outro aspeto que merece referência é a questão da inovação. Se considerarmos a noção apenas na perspetiva da criação por completo de novos produtos, serviços ou processos, a análise das entrevistas leva a

constatar que não houve inovação por parte de quem empreende. Isto porque tal como referimos anteriormente, a maioria das empresas criadas atuam no ramo dos serviços, um segmento da economia já testado e de alta concorrência. Neste sentido, 11 empresas encontraram no território onde atuam outras que ofereciam os mesmos serviços/produtos. Nestes casos, o que observamos, entretanto, é que houve melhoramentos em produtos e serviços (3 referências). Além destas, outras modificações introduzidas tiveram que ver com: aquisição de novos equipamentos, como forma de melhorar o trabalho que é desenvolvido na empresa (3 referências); a busca permanente pela atualização/formação, tanto da parte dos/as jovens que empreendem como para os recursos humanos da sua empresa (3 referências). Porém, a entrada em novos mercados é o tipo de inovação mais apontado por parte de quem empreende (7 referências). Na opinião dos/das proprietários/as, estas modificações foram introduzidas com o objetivo da empresa se diferenciar, dar resposta às necessidades do mercado, dos clientes e trouxeram benefícios para o negócio a nível das vendas e da produtividade. Apesar de não provocarem o rompimento de lógicas económicas na perspetiva shumpeteriana, também a ação destas pessoas não merecem ser desconsideradas, pois as pequenas atitudes também contribuem para reforçar a competitividade da empresa e constitui um ponto de partida na caminhada ao aprimoramento.

Os casos de Carlos, José e Ana são diferentes. Os dois primeiros abriram as suas empresas numa localização onde não existia nada do género e procuraram a combinação de outras valências para somar ao principal ramo de atividade. Por exemplo, Carlos passou a servir refeições e refrescos na sua papelaria que também é um Cyber Café; José além de comercializar papel de parede criou uma equipa de profissionais para aplicar o produto vendido e prestar ao cliente outros serviços em diversas áreas (canalização,

eletricidade). Assim, além da entrada em novos mercados, seus projetos procuram reorganizar uma indústria. À Ana pertence a empresa de maior dimensão entre as demais que fazem parte do estudo e segundo o relato da jovem foi o único caso onde a atividade desenvolvida não se limitou a copiar um negócio já existente no mercado.

De um modo geral, a preocupação com a inovação esteve presente no testemunho de 12 jovens. Os casos da Amália e da Antónia constituem exceção a esta constatação. De acordo com as jovens, desde que a empresa foi criada e começou a operar no mercado não foi introduzida nenhuma inovação devido à carência de pessoal e de recursos económicos, o que reforça a posição de Freire (2000) e Sarkar (2007) relativamente ao facto de que nem todas as empresas nascerem inovadoras e nem todas apostarem na inovação.

Enfim, embora as situações que suscitaram a ideia de criar a empresa sejam diversas e nem todas as ideias sejam inovadoras, as motivações que impulsionaram a atividade não estão associadas à satisfação de necessidades por falta de alternativas viáveis. Este é o denominador comum entre os/as jovens cujas ideias originaram um negócio, aspeto que é melhor explorado no ponto que agora se inicia.

4.3 Criar a empresa a partir de uma oportunidade de negócio

Várias são as motivações que levaram ao surgimento da empresa, sendo a concretização de uma oportunidade de negócio a motivação mais apontada. Esta motivação está presente nos casos de Carlos, Hélio, Maria, Manuel, Fernando, José, Teresa e Luísa. São 8 jovens, na sua maioria do sexo masculino, com família a cargo, uma média de 30 anos de idade e formação académica a nível superior. De igual modo,

são jovens que pela primeira vez estabelecem contacto com o mundo empresarial. Embora Carlos, Hélio e Fernando tivessem um familiar proprietário de atividades comerciais, apenas o último jovem evoca esse modelo como referência para o desenvolvimento da sua atividade empreendedora. É também o único jovem a evocar outros empresários/as cabo-verdianos/as de sucesso como modelos de referência. Neste grupo de entrevistados, encontramos ainda outras motivações que somam à principal razão para a opção pelo empreendedorismo e que são: motivações financeiras (3 referências), as contribuições que pode trazer para a sociedade (1 referência) e para o desenvolvimento da cultura empreendedora (1 referência), o sonho e as características próprias de quem empreende (1 referência), o gostar e acreditar no que se faz (1 referência).

Nos casos da Ana, Ricardo, Antónia e Pedro, a necessidade de independência foi apontada como a principal motivação para a criação da empresa. Além desta motivação, Ana acrescentou que empreendeu o negócio para ter a possibilidade de colocar as suas ideias em prática e contribuir para reduzir o desemprego na camada jovem. Ricardo também fez referência à redução do desemprego jovem como motivação que conduziu ao surgimento da empresa. Essa vontade pela independência é mais citada nos casos de jovens que não tinham família a cargo na altura da criação da empresa, sendo que nos casos da Ana e do Pedro, esta situação ainda se mantém depois da empresa já estar em funcionamento. No que respeita ao sexo ou ao nível de instrução - entre quem tem formação académica superior e quem não tem - os resultados revelam proporções semelhantes. De acordo com os seus testemunhos, a necessidade pela independência reflete o desejo dessas pessoas de ter o controlo sobre as suas vidas, tomar as suas decisões autonomamente, o que não seria possível quando se trabalha por conta de

outrem. Esta situação também constituiu um incentivo para este grupo na procura do autoemprego e reforça a perspetiva dos autores (Shane, Locke e Collins, 2003) citados no quadro teórico do trabalho.

Tive apoio do meu pai. Como ele era carpinteiro, tinha uma oficina, um espaço, máquinas, equipamentos para trabalhar (...). Eu comecei trabalhando ali. Tivemos alguns desentendimentos e sai dali. Passei a subcontratar carpinteiros para realizar os trabalhos. Ricardo, Indústria e comércio de mobiliário.

Por último, a necessidade de realização surge em dois casos como principal motivação para a constituição de um negócio próprio. No caso de João, o jovem já tinha criado uma empresa antes e, em certa medida, a sua propensão para atividades desafiantes está em consonância com o construto inicial que teoricamente se apoia no motivo de realização de McClelland (1971, *apud* Fontoura, 2005). Esta necessidade de realização encontra-se explicitamente apontada no depoimento da segunda jovem, a Amália. Ela já estava empregada quando se lançou na atividade empresarial, sendo que esta não constituiu impedimento para a continuidade da carreira profissional. O seu testemunho revela que o autoemprego aumenta a sua motivação para trabalhar, dedicando grande parte do seu tempo a essa atividade. Os riscos são assumidos de forma calculada e atividade empreendedora é capaz de gerar grande satisfação. São de resto, aspectos que vão ao encontro daquilo que McClelland refere.

A principal razão é chegar a uma certa altura e ver que a posição que tu ocupas – prestar serviços a uma empresa – não és valorizada. Chegas a um certo ponto que preferes ganhar [dinheiro] por conta própria, fazer por conta própria. Com isso, consigo ter mais motivação. Quando a pessoa trabalha por conta própria, ela tem mais motivação. Corremos mais atrás, valorizamos coisas que não valorizamos quando estamos a trabalhar por conta de outrem

(...). É claro que o trabalho duplica. Não tens fins de semana, trabalhas 24 horas (...). Lutas por aquilo que queres e ficas mais motivada a trabalhar. E claro, dás mais valor a ti própria, o que não acontece na empresa onde trabalhas (...). Ficas mais responsável e passas a valorizar certas coisas que antes não valorizavas (...). Dizem que eu trabalho muito, deixando de lado outras coisas tal como o lazer. Mas temos que fazer opções. Se ainda estamos a iniciar - como o trabalho é nosso - queremos fazer (...). Queres trabalhar e dar tudo para que os outros vejam o teu trabalho. Amália, Atividades de design.

Feita esta exposição, cabe realçar que nesta amostra de jovens empreendedores/as três motivações principais nortearam a criação da empresa: a concretização de uma oportunidade de negócio, seguido da necessidade de independência e de realização. As motivações financeiras e o desejo de reduzir o desemprego na camada jovem também são mencionados, mas não foram apontados como as principais razões que impulsionaram a atividade empreendedora. Verificamos que a indicação dessas duas últimas motivações surgem por sobreposição aos estudos realizados em Cabo Verde por Baptista, Ramalho e Silva (2006) e Ferreira (2008). Relativamente à necessidade de independência e, com menor frequência, a necessidade de realização, os resultados estão em conformidade com uma das linhas conclusivas do estudo de Ferreira (2008) que também constatou a existência de tais motivações entre os/as empresários/as no Município da Praia.

Por um lado, os resultados obtidos revelam que apesar do desemprego constituir uma problemática que assola a camada jovem em Cabo Verde, fica evidente que a atividade empreendedora não foi impulsionada pela falta de alternativas profissionais. Isto é assim porque, além do facto da maioria já ter exercido uma atividade profissional antes de criar a empresa e outros continuarem a exercer esta atividade depois da empresa

operar no mercado, encontramos quem tenha optado por não exercer nenhuma atividade profissional porque queria constituir a empresa. Encontramos também dois jovens que deixaram o emprego anterior para dedicarem exclusivamente à criação de um negócio próprio. Fernando afirma que depois de sair da empresa onde trabalhava recebeu propostas de trabalho mas não aceitou porque estava decidido a trabalhar por conta própria. José não chegou a receber outras propostas, mas refere que preferiu deixar um emprego para criar a própria empresa e receber metade do salário que recebia anteriormente.

Por outro lado, considerando a faixa etária das pessoas entrevistadas, este resultado não deixa de estar em conformidade com as estatísticas nacionais. Com base nos dados de 2005 a 2009, uma análise da problemática do desemprego revela que existe uma grande concentração de população desempregada nas camadas jovens, quer do sexo masculino, quer do sexo feminino, sendo maior a incidência neste último segmento. Contudo, a nível nacional o desemprego na camada jovem ganha maior expressividade na faixa etária dos 15 a 24 anos, com tendência de diminuir a taxa de população desempregada à medida que aumenta a idade (Inquérito sobre o emprego (ISE), 2006; ISE, 2008; Ministério da qualificação e emprego, 2008).

Assim, fica anulada a nossa convicção de que a situação de desemprego tenha sido propulsora do processo empreendedor por parte dessas pessoas, pois tal como os dados indicam elas situam fora da faixa mais afetada pela problemática. Com isso, a nossa investigação se distancia da pesquisa produzida por Baptista, Ramalho e Silva (2006) onde as pessoas entrevistadas foram “empurradas” para a criação do negócio devido a falta de outras alternativas profissionais.

Uma das razões que parece explicar o facto da concretização de uma oportunidade de negócio emergir como a motivação mais importante para quem empreende pode estar relacionada com o nível de formação académica da pessoa. Analisando os outros trabalhos em termos de público pesquisado, verificamos que lidam com uma amostra com idade inferior a 40 anos, mas que não possui uma formação a nível superior. No presente estudo, as pessoas participantes diferenciam-se pelo elevado nível de escolaridade, facto que vai ao encontro da posição de Ferreira (2008) em que um nível de formação elevado contribuiu para proporcionar capacidades e conhecimentos que permitem a identificação de oportunidades de negócio. Por outro lado, considerando o quadro do setor informal,¹⁴ marcado pela precariedade, onde a maior parte da mão de obra exercendo uma atividade o faz por estar em situação difícil face ao emprego, o facto da atividade empreendedora ser desenvolvida no quadro do setor formal pode contribuir para reforçar o resultado alcançado (INE, 2010).

Expostas as motivações que impulsionaram a atividade empreendedora, cabe realçar que neste processo a rede pessoal de quem empreende desempenha um papel importante pois, de uma forma geral, constatamos que a inserção na atividade empresarial não foi feita de forma isolada e independente.

4.4 O lugar das redes pessoais na fase de criação e desenvolvimento da empresa

Os testemunhos revelam que a rede pessoal de quem empreende é a rede mobilizada na fase da criação da empresa. Em 11 casos os/as jovens dizem ter recorrido a amigos e 10 a familiares no sentido de obterem junto dessas pessoas informações sobre o funcionamento do mundo empresarial. As mulheres recorreram com maior frequência aos

¹⁴ Setor informal da economia, refere-se ao conjunto de empresas de pequena dimensão, heterogénea do ponto de vista produtivo, não legalizadas e não regulamentadas (INEb, 2010).

amigos (todos os casos) do que aos familiares (4 casos). Esta prática está mais presente nos homens. Isso pode ser explicado pelo facto dos homens já terem tido uma família constituída na altura da criação do negócio e das mulheres que não recorreram à família (2 casos) poderá derivar de dois motivos: (1) desejo de afirmação pessoal; (2) a falta de conhecimento sobre a área por parte dos familiares. João é o único caso onde um jovem do sexo masculino não recorreu à família. Isto porque já tinha criado antes uma empresa em sociedade com os irmãos e o negócio não avançou devido à falta de entendimento entre eles. Assim, nesta segunda tentativa optou por criar a empresa em nome individual. De resto, são resultados que vão ao encontro da posição de Pereira (2001) segundo a qual as mulheres não desenvolvem a empresa em torno da família como os homens.

Seja como for, familiares e amigos são elementos apontados por estas pessoas como as principais fontes de aconselhamento, informação, incentivo e orientação, o que coaduna com a posição de Birley (1985) que destaca que a família e os amigos podem ser boas fontes de informações necessárias ao negócio, auxiliando na descoberta de fornecedores e mercados.

Por outro lado, como já tínhamos apresentado, nos cinco casos onde a empresa foi formada em sociedade, familiares e amigos surgem como sendo os principais elementos aos quais os/as jovens recorreram. O testemunho de dois jovens revela ainda um elemento familiar como fonte de outros apoios. Para Ricardo, a cedência dos equipamentos de trabalho por parte do pai foi uma ajuda fundamental para o negócio. Manuel revela que caso o pai não tivesse cedido o espaço onde ainda hoje mantém o seu escritório, provavelmente sua empresa não existiria. Para este jovem o apoio da família foi tão importante que na sua opinião para qualquer jovem que queira iniciar uma

atividade empresarial, este apoio se institui como um diferencial para o arranque e desenvolvimento do negócio:

Eu fui convidado pelo Centro de Emprego para dar um testemunho da minha experiência. Havia muitos jovens interessados. Na minha abordagem referi que se a família não estiver com vocês...podem desistir. Porquê? Não tens ninguém contigo: nem o estado, nem nenhuma instituição que te oriente. Se não tens a família para te orientar – nem digo a nível financeiro, mas para conversar, entender o teus problemas, o stress, para colaborar contigo, informar dos acontecimentos...Portanto, acho que essa é a forma mais importante. Quando começares a ganhar uma confiança com a tua família, ganhas uma autoestima mais forte e comesas a sair para fora. Conquistas amigos, clientes tudo a base da confiança porque sabem o que é que tu és capaz de fazer. Começas a avançar, ir para frente. É através desse processo. De uma outra forma...eu não vejo. Manuel, Publicidade.

Com a empresa constituída e a operar no mercado, todas as pessoas entrevistadas dizem continuar a recorrer à sua rede pessoal, mantendo o apoio de familiares e amigos. Trata-se de um apoio mais a nível moral e nos casos 11 casos onde existe um companheiro/a, quem empreende refere que também recebe suporte emocional. Isso leva-nos a crer que a importância que esta rede de relacionamentos assume se mantém à medida que a empresa cresce e consolida no mercado. Desta forma, este resultado vai de encontro à posição de Uzzi (1997) e Hite (2003), segundo a qual a rede pessoal de quem empreende é um importante recurso na fase inicial da empresa e não perde esta importância nas suas fases mais avançadas. Como Amália mesmo afirma:

Recorri a algumas opiniões de alguns amigos que já atuavam na área. Mas, é claro que a família esta sempre presente apoiando (...).

Hoje, apesar da empresa já estar criada, continuas a recorrer a essas mesmas pessoas pedindo informações ou qualquer outro tipo de apoio?

Graças a Deus, hoje estabeleci outros contactos, outros laços. Tenho adquirido outras experiências através de outras pessoas que já estão no mercado e que ajudam fornecendo opiniões até onde posso ir/vir, o que podes fazer ou não, os riscos que corres. Claro... é bom abrir o leque de conhecimentos, o máximo possível. Tenho tido algum sucesso. As pessoas passam a conhecer-nos, a conhecer o que fazemos - o que é bom. Mas, aquelas pessoas mantiveram, sempre opinando sobre coisas novas que eu possa fazer. As outras pessoas que vou conhecendo, é claro que têm mais experiência no mercado e elas também ajudam-me a criar novas oportunidades. Amália, Atividades de design.

Relativamente às redes pessoais, outro aspeto que merece referência é a questão do financiamento. Observamos que, das pessoas entrevistadas, em 6 casos quem empreende começou o negócio com recurso ao capital próprio e 5 casos onde houve recurso a um empréstimo bancário. O caso de Carlos é o único a combinar essas duas modalidades de financiamento com o do microcrédito, a única vez em que este apoio foi referenciado. Em apenas dois casos houve a intervenção direta de familiares no financiamento para o arranque da empresa. Registamos também um outro caso onde a hipoteca de um imóvel da família se revelou fundamental para o jovem cujo empréstimo bancário, conforme o seu testemunho, estaria comprometido sem esse apoio:

Tivemos uma grande vantagem que empreendedores em Cabo Verde não têm: a capacidade de financiamento. Isso foi um grande impulso para começar o negócio. Se não fosse isso, praticamente...não conseguiria. Ficaria dependente do banco, do governo e até ainda estaria parado. Acho que o apoio da família é fundamental. José, Comércio de papéis de parede.

Contudo, mediante os resultados obtidos fica evidente que quem empreende não obteve junto da família o financiamento de que precisava para o arranque do negócio. O recurso ao capital próprio, constituído por poupanças pessoais, é indicado como a

principal fonte de financiamento e quando há recurso a terceiros, os familiares são preteridos a favor das instituições bancárias. Para alguns é mesmo evidente a sua preferência a outras fontes devido ao menor número de constrangimentos associados. É esta a opinião de Ricardo e João, os únicos jovens que já tiveram experiências de negócio junto a familiares, mas que não resultaram. Os jovens partiram para um negócio próprio. Nisso, pedir dinheiro emprestado a familiares inviabilizaria a intenção de independência e realização, respectivamente, que seus empreendimentos representam já que foram estas as principais motivações que conduziram ao seu surgimento. Assim estariam de acordo com uma das constatações avançadas no estudo de Portela *et al* (2008:102), o qual indica que “a busca de autonomia por parte de familiares mais sujeitos à dominação patriarcal pode inviabilizar o recurso a à ajuda de parentes que se identificam com essa dominação.” Ou seja, os autores simplificam afirmando que “pedir dinheiro emprestado a familiares pode custar maior sujeição a um controlo social” (...).

À família não peço apoio a nível financeiro. Não chego e esse ponto porque isso demonstra que as coisas não correm bem, há perigo de fechar as portas. Por isso, não deixo as coisas chegarem a esse ponto. Ricardo, Indústria e comércio de mobiliário.

Tentei um financiamento bancário, mas eram muitas as exigências feitas. Desisti do empréstimo. Tal como tinha feito antes, continuei o negócio com capital próprio e quando precisava de um apoio financeiro, recorria amigos em vez de familiares. Se fizesse isso seria a oportunidade da família incentivar o trabalho por conta de outrem. João, Instalação e manutenção elétrica.

Enfim, o recurso ao capital próprio como fonte de financiamento reforça as conclusões assumidas nos estudos de Baptista, Ramalho e Silva (2006) e de Ferreira (2008). No primeiro, o índice inferior de pobreza verificado nos meios urbanos comparativamente ao meio rural é apontado como explicação para o uso do capital

próprio enquanto fonte de financiamento no arranque do negócio. A partir das entrevistas, é possível avançar com outras justificações. Uma possível explicação reside no facto da situação profissional anterior ao início da atividade empresarial ter facilitado o arranque do negócio, proporcionando independência económica a quem empreende através do recurso ao próprio capital. Uma outra explicação pode estar associada às elevadas taxas de juros e aos procedimentos burocráticos exigidos às jovens empresas, impedimentos que podem desmotivar quem pensa fazer recurso a um financiamento bancário.

Face aos resultados, a rede pessoal é, neste caso, considerada como uma rede de apoio para o empreendedorismo não em termos de financiamento, mas de aconselhamento, informações, apoio emocional e moral para iniciar o negócio e levá-lo adiante. Neste sentido, quem empreende utiliza uma fonte de consulta de natureza informal durante o processo de criação do seu negócio, fonte que mantém presença mesmo com a entrada da empresa no mercado. É precisamente nesta fase que os apoios institucionais ganham relevância. Em continuação, este assunto dos apoios institucionais é melhor explorado no próximo ponto a seguir apresentado.

4.5 Os apoios institucionais

De uma forma geral, apuramos que apenas no caso da Amália não houve procura por um apoio institucional para o arranque e desenvolvimento do negócio. Não por desconhecimento por parte da jovem, mas devido ao entendimento de que não havia necessidade para tal procedimento. Em todos os outros casos houve a procura por um apoio institucional. Conforme retomaremos mais adiante, há quem tenha procurado esse apoio antes do arranque do negócio e, noutros casos, quem tenha procurado tanto antes

como depois do negócio estar em funcionamento. Mas o que constatamos é que os/as jovens obtiveram um apoio institucional depois da empresa já estar constituída e a operar no mercado. Neste grupo encontramos os casos de Antónia, João, Ricardo, Maria, Carlos e Fernando, sendo duas as instituições às quais recorreram: a ADEI e o banco.

Antónia procurou a ADEI para participar na feira dos 3E's (Empresas, Emprego e Empreendedorismo), promovida pela instituição. Na sua segunda participação no evento teve um *stand* totalmente montado pela ADEI. Teve também apoio na elaboração do plano de negócios.

João, Ricardo e Maria também tiveram o mesmo apoio para a elaboração dos planos de negócio. Mas, as suas razões para terem procurado a ADEI diferem das da Antónia. Os três tiveram conhecimento de um concurso de incubação de empresas. Essa incubação assumiria duas modalidades: virtual e residente. As empresas de João e Ricardo foram selecionadas na modalidade de residentes. Como tal deveriam permanecer na incubadora por um período de 2 anos e receber um acompanhamento semanal de um consultor nas questões relacionadas com a gestão da empresa, apoios na área da formação e de vendas. Porém, nada disso aconteceu. Após 6 meses tiveram que abandonar o espaço cedido pela ADEI porque não conseguiam suportar com os custos.¹⁵ Ao contrário de João e Ricardo, a empresa de Maria ainda permanece como incubada virtual e diz ter apoio da ADEI na organização contabilística e financeira da empresa, sua maior dificuldade inicial. Nestes quatro casos, o apoio institucional se situou mais a nível técnico e de espaço.

Além da ADEI, Ricardo e Maria ainda concorreram a um empréstimo bancário. Do mesmo modo, Carlos e Fernando recorreram ao mesmo tipo de empréstimo, sendo

¹⁵ Cabia às pessoas incubadas arcar com as despesas da água, eletricidade e internet além de uma renda mensal pela ocupação do espaço.

que Carlos também foi beneficiado com o apoio do microcrédito através da OMCV. Sobre a procura por um apoio depois da empresa estar no mercado, os testemunhos revelam desconhecimento da existência de tais apoios ou opção própria em não recorrer a estes apoios. No caso de Fernando o seu testemunho revela um certo descontentamento com o trabalho desenvolvido pelas instituições e um descrédito em relação aos apoios que poderia ter acedido, motivos que não o levaram a procurar antes por esses apoios:

Tinhas conhecimento que existia alguma instituição que poderia te apoiar ou...optaste por não procurar nenhuma instituição.

Eu já tinha ouvido alguns boatos. Caso tivesse recorrido a alguma instituição, sabia que poderia ter conseguido alguma coisa. Mas eu não fui. Porque aqui em vez das pessoas dizerem que não te dão uma coisa naquele momento, mas que é possível dar essa mesma coisa num outro momento, em vez disso, ficam a enrolar-te. Eu não gosto disso. Fernando, Venda e aplicação de tintas.

No grupo de quem procurou e obteve um apoio institucional antes do arranque do negócio, encontramos os casos de Hélio, Luísa, Ana e José. Nestes quatro casos, o motivo deveu-se à necessidade de financiamento e o banco surge como instituição privilegiada, pois como refere o Presidente da AJECV, “em Cabo Verde na cadeia de financiamento para os jovens temos a parte inicial, possivelmente, o pai, um amigo que empresta dinheiro. E, depois temos os bancos. Falta todo o resto”.

Hélio e Luísa só recorreram ao banco. Ana e José dizem que também procuraram outras instituições. Ana diz que não conseguiu apoio junto às instituições que procurou. Quando questionada sobre quais seriam, afirma não recordar o nome delas e nem como obteve conhecimento das mesmas. Porém, logo de início já tinha claro as que não iria procurar:

Eu nem sequer procurei estas instituições porque todos já têm aquele preconceito que as pessoas que procuram estas instituições são pessoas sem

instrução...ou empresas pequenas, familiares, o que não era o meu caso (...). Morabi e outros [OMCV], nem cheguei perto porque o meu estudo requeria algum investimento a mais do *plafon* que essas instituições disponibilizavam. Ouvia dizer “procure tal lugar que eles têm um fundo perdido.” Quando eu ia “Aqui? Aqui não. Havia, mas terminou há muito tempo.” Essas coisas de enrolar as pessoas. E tu vais procurando outras instituições (...). Isso faz com que pares e pense: Para que serve esta instituição? Ana, Atividades de limpeza.

José afirma que entregou o seu projeto na ADEI, mas diz que nunca recebeu nenhum *feedback*. O mesmo se passou relativamente à AJECV e ao Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento dos Recursos Humanos: “talvez viram que já tinha dado os primeiros passos. Por isso não deram nenhuma resposta porque não precisava de mais nada. Mas não é bem assim. Todos nós precisamos de alguma coisa”, diz José.

Por último, encontramos um terceiro grupo em que a procura por um apoio institucional ocorreu tanto no arranque como no posterior desenvolvimento da empresa. A semelhança entre os casos de Pedro, Manuel e Teresa prende-se com o facto de terem procurado uma instituição antes do arranque do negócio e não conseguirem obter o apoio desejado. Para o primeiro jovem esse apoio tinha que ver com informações/orientações sobre o mundo empresarial. Nos casos de Teresa e Manuel, os jovens não contavam com recursos financeiros para o arranque do negócio e por isso tentaram um empréstimo bancário junto do Novo Banco. Este banco, ao contrário dos outros (comerciais e privados) foi criado no sentido de facilitar (pequenos) créditos a pessoas que empreendem e que não contam ainda com uma história no mercado. Porém, ao que parece sua linha de exigências para o empréstimo (concedido em função dos recursos pessoais de quem empreende e das garantias apresentadas tais como hipoteca, fiança,

etc.) não distancia dos outros bancos, motivo que conduziu Teresa e Manuel à desistência do empréstimo, avançando com o negócio através de fundos próprios ou recurso a amigos. Neste sentido, empresas muito jovens terão dificuldades na concessão do empréstimo devido às possibilidades reduzidas de retorno. Assim, é de questionar se as políticas adotadas pela instituição estarão ajustadas às necessidades dos pequenos empreendimentos e respectivos empreendedores/as:

Achamos [*Teresa e o sócio, o marido*] que a nossa capacidade financeira não permitia realizar grandes coisas. Soubemos que o Novo Banco financiava pequenos/médios empresários. Vimos que os requisitos exigidos - pela nossa conjuntura, pela nossa condição pessoal... enquanto sócios que representam a empresa... a empresa não tem nenhuma garantia. Nós, os seus representantes legais... nós somos a garantia da empresa. Então, o Novo Banco não foi visto como solução. Teresa, tradução de documentos.

Para o arranque da nossa atividade começamos com capital próprio (...) Passado algum tempo, recorremos a amigos para um empréstimo (...) com facilidades em termos de reembolso. Não tínhamos dados para dizer que isso seria rentável (...) Então, era complicado para uma instituição bancária financiar esse projeto. Pedem um fiador, mas para uma empresa ninguém serve de fiador porque é muito arriscado. O banco pede um fiador ou uma hipoteca. Enquanto jovem, o que é que tens para hipotecar? Mais comédia é que o Novo Banco abriu e fui pedir informações – nem cheguei a falar com o gerente – e pedem as mesmas coisas que os outros bancos pedem: fiador, hipoteca e eu não tenho isso. Então, isso é sinónimo de que não vou conseguir o financiamento. Posso ter *business plan* de todas as cores, mas sem estes dois requisitos não consigo o financiamento. Manuel, Publicidade.

Apesar do insucesso das tentativas iniciais, com a empresa em funcionamento os três jovens procuram por outras saídas e hoje novas instituições entraram em cena, prestando apoio aos seus projetos. Teresa conseguiu que sua empresa fosse até hoje uma

incubada virtual da ADEI, posição que lhe permite ter assessoria, aceder e partilhar experiências de/com outros incubados. Pedro espera por um financiamento bancário e conseguiu uma parceria com o Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento dos Recursos Humanos; Manuel obteve apoio da mesma instituição a nível da aquisição de equipamentos através do Programa Emprego Jovem e Coesão Social. Cabe realçar que o jovem foi beneficiado, mas a iniciativa do apoio partiu da própria instituição.

Portanto, até ao momento expusemos os apoios institucionais obtidos por parte de quem empreende bem como as instituições recorridas para a obtenção de tais apoios. Desta exposição e, com base nas entrevistas, é possível constatar que os apoios institucionais foram obtidos depois do arranque do negócio. Para obter um apoio financeiro, a instituição mais recorrida foi o banco. De facto, com a empresa no mercado torna-se muito mais simples obter esse tipo de apoio uma vez que quem empreende demonstra capacidade de reembolso. Quando o apoio é a nível técnico, a ADEI surge como a instituição indicada.

Embora o c Coordenador Nacional do Gabinete do Empreendedor da ADEI tenha apontado o acompanhamento dispensado a quem empreende como uma boa prática da organização, não houve em um único caso um acompanhamento prévio aos jovens por parte desta instituição. Também não houve em um único caso em que a criação da empresa tivesse decorrido de um aconselhamento técnico por parte desta instituição ou estivesse enquadrado em algumas das suas políticas/programas. Sobre esta ausência, os depoimentos de quem empreende revelam a necessidade por um acompanhamento sistemático. A este respeito, Manuel refere:

Não há um acompanhamento...

Não. Com a evolução que tivemos e que é notável, penso que as instituições deveriam ter um acompanhamento mais de perto (...).A ADEI poderia fazer

isso: eu tenho um problema, marco um encontro e exponho a situação. Aconselham-me a fazer isso e isso porque têm uma experiência de trabalho junto a 40 jovens que enfrentaram o mesmo problema. Ou seja, uma forma direta e pontual. Não preciso resolver os problemas de 2010. Não existem mais. Analise o meu problema, procure saber como fiz para resolver o problema... O que acontece é que os jovens dirigem às instituições para pedirem uma orientação – não digo um apoio – e tens de preencher muitos documentos. As vezes precisas de uma coisa simples (...) o que eu preciso é de orientação...as vezes, fico perdido. Manuel, Publicidade.

Na nossa opinião, esse acompanhamento seria fundamental para diminuir os riscos e a aumentar as chances de sucesso na fase de criação e de desenvolvimento da empresa, já que quem empreende recorre a uma assessoria informal proporcionada pela sua rede pessoal. Por sua vez, as instituições contactadas justificam essa falta de acompanhamento com base nas limitações financeiras e de recursos humanos. Apesar disso, procuram adotar práticas que denotam uma alteração nos seus modos de funcionamento, refletindo alguma preocupação em abraçar abordagens que primam por uma aproximação crescente às pessoas. Por exemplo, a ADEI procura desenvolver um trabalho interno em rede e, juntamente com a AJECV, repensa o projeto da incubação de empresas pois notaram que os incubados não suportavam os custos do espaço. Já no Centro de Emprego e Formação Profissional da Praia passou-se de um modelo onde a cantina daquela instituição era explorada por terceiros para uma gestão complementar entre os formandos e o Centro. Ou seja, são os formandos da área de alimentos – culinária, pastelaria, panificação - que confeccionam e vendem os seus produtos, recebendo um apoio do Centro na questão da organização/gestão do espaço/negócio. Com isso, além da formação que recebem, saem melhor preparados para montar um negócio já que também ganham alguma experiência neste sentido. Tanto o Centro como a

OMCV adotam como prática a apresentação de casos de pessoas que estão no mercado de trabalho por conta própria e que podem ser considerados como casos de sucessos. A diretora do CDE é a única a afirmar a inexistência de práticas alteradas, embora tenha referido sobre a suspensão dos concursos de ideia por causa da necessidade de repensar a iniciativa.

São, de resto, ações através das quais as instituições procuram contribuir para o fomento/promoção do empreendedorismo. As instituições contactadas dizem avaliar o seu desempenho, mas não possuem base de dados sobre as pessoas que lhes procuram e nem dispõem de estudos que avaliam o impacto das suas ações. Ainda assim, os testemunhos dos seus responsáveis afirmam que os resultados alcançados são satisfatórios. Do mesmo modo, os/as jovens avaliam positivamente o trabalho realizado pelas instituições que atuam no domínio do empreendedorismo em Cabo Verde e referem que as políticas desenvolvidas contribuem para fomentar o empreendedorismo no país. Contudo, com a exceção do Carlos em que o jovem refere que o negócio não teria avançado caso não tivesse tido o apoio institucional, nos demais casos quem empreende partilha da convicção que teria avançado no negócio ainda que não tivesse obtido este tipo de apoio. Nesta visão, o apoio institucional, quando existe, é obtido na fase em que a empresa já opera no mercado e mesmo assim não é considerado como imprescindível à sua continuação.

4.6 Desafios e perspectivas face ao futuro

Relativamente ao tema do empreendedorismo em Cabo Verde, a posição das instituições diverge em alguns aspectos. Para a diretora do CDE, o povo cabo-verdiano

não “possui um perfil empreendedor.” Embora reconhecendo a existência desse perfil no povo das ilhas, como diz o Coordenador Nacional do Gabinete do Empreendedor da ADEI:

(...) O cabo-verdiano é empreendedor, mas para resolver os seus problemas, as suas necessidades. Ainda, aquele empreendedorismo que queremos, o empreendedorismo de aproveitar as oportunidades, ou então criar condições para que uma oportunidade se torne efetiva...isso ainda está aquém (...). Para o cabo-verdiano é por necessidade. Conforme as suas necessidades, assim procuram as coisas, ainda que isso resulte na amputação de um dedo. Se a sua necessidade estiver satisfeita, ele não procura mais. Exemplifico com o caso do lavrador. Faz o trabalho da *azágua* e consegue o seu tambor de milho. Este é colocado num canto. Ele já não tem mais preocupações. Nem sequer preocupa-se com o gorgulho. Se este esta a comer o seu milho. Isso porque o milho está ali no canto. Coordenador Nacional do Gabinete do Empreendedor, ADEI.

Nos restantes casos, o empreendedorismo ainda não é tido como uma opção de vida numa sociedade em que as pessoas ainda procuram o emprego por conta de outrem, prevalecendo um certo estigma em relação a quem buscou o auto emprego através de um empreendimento próprio e não alcançou o sucesso. Esta posição também é compartilhada pelos/as jovens cujas opiniões indicam que a sociedade cabo-verdiana não apoia as pessoas empreendedoras. Assim, o empreendedorismo é tido mais como um projeto particular, reservado a quem teve a iniciativa de concretizar a sua ideia de negócio que, na visão institucional, surge movida pela necessidade. Contudo, corroboramos com Manuel quando a esse respeito afirma:

Está a mudar. Eu sou um exemplo. As pessoas não acreditam naquilo que fazes. Isto porque são de uma fase diferente, uma fase em que o governo é que deve fazer. A mentalidade dos pais é que os filhos devem trabalhar na função

pública porque o salário é certo e não há muitas exigências (...). Temos jovens nos cargos políticos, à frente de grandes empresas. Têm uma mentalidade diferente e educam os seus filhos com uma mentalidade diferente. Em termos de apoio à criação do próprio negócio...é o que as instituições têm estado a fazer. Mas falta completar com o setor educativo. A sensibilização não deve recair somente sobre o jovem, mas também ser voltada para o encarregado de educação de modo a sensibilizar o educando para o empreendedorismo. Sem isso, as coisas não avançam (...). Já melhorou muito mas é possível melhorar ainda mais. Manuel, Publicidade.

De notar ainda que as instituições mostram adotar estratégias ativas de comunicação, com deslocações às escolas/universidades, mas ainda enfrentam o desafio de maior divulgação dos seus trabalhos, necessitando de estudos que analisem/avaliem o impacto das suas ações. As questões de financiamento e dos recursos humanos são apontados como outros desafios a ser superados uma vez que tais dificuldades limitam o trabalho que desenvolvem.

Com base nas entrevistas, outro desafio a ser superado pelas instituições é o do trabalho em rede. Observamos que a participação em atividades realizadas entre si e o estágio curricular que os alunos prestam na frequência do ensino superior como os elos de ligação apontado pelas instituições contactadas, sendo inexistentes os vínculos com as empresas dos jovens participantes. Estas empresas colaboram principalmente com outras empresas. Assim, estes atores – empresas, instituições públicas, ONG's e universidade – mantêm ligações limitadas entre si, o que dificulta um funcionamento como um conjunto, em que a ação de cada uma é potenciada pela ação das outras. No intuito de minimizar esse distanciamento entre as instituições e levar à realização de ações consertadas, desde 2010 a AJECV inclui no seu plano de atividades para a Semana Global do Empreendedorismo, uma atividade em que todas as instituições que trabalham no

domínio do empreendedorismo em Cabo Verde são convidadas a sentarem à volta de uma mesa e discutirem o tema do empreendedorismo e as ações que realizaram neste domínio. o presidente da AJECV afirma que os resultados são tidos como satisfatórios e aos poucos a associação tem vindo a trabalhar na ligação entre as diversas entidades que lidam com o tema do empreendedorismo. Nesta visão, a ONG tem vindo a desempenhar um papel de conexão entre os três atores, cumprindo com a função de fomentar uma lógica de atuação democrática e participativa (Lindberg e Lindgren, 2010). É desta interação conjunta que no quadro teórico do trabalho referimos que surge a inovação, uma questão ainda em construção na realidade cabo-verdiana.

Quanto aos jovens, a análise das entrevistas indica que mais do que enfrentar os obstáculos referentes à sua própria pessoa, ultrapassar as dificuldades do meio social envolvente estavam entre os maiores desafios encarados na fase de arranque do empreendimento de modo a assegurar a sustentabilidade do mesmo. Em apenas dois casos quem empreende aponta características da personalidade e a falta de experiência como obstáculos ao arranque do negócio. Na maior parte dos casos, problemas relativos aos clientes foram indicados como as principais dificuldades com as quais os/as jovens se depararam. Estes problemas foram apontados em seis casos e englobam o não saber lidar com as pessoas, o desconhecimento e a resistência dos compradores relativamente aos produtos que lhe são direcionados. De todos os problemas referentes ao cliente, a dificuldade do/da jovem obter o pagamento dos serviços em dívida foi o mais mencionado pelas pessoas entrevistadas (5 casos).

Os problemas relativos aos clientes também podem contribuir para explicar o baixo nível de inovação por parte de quem empreende. Isto porque um produto/serviço muito inovador pode não ter o resultado esperado, visto que por vezes os clientes não

estão preparados para essa inovação ou não conseguem ter a percepção das vantagens que o produto tem a si associado:

Constatamos que o cabo-verdiano não precisa de qualidade (...).Então, como fazer concorrência aos outros quando não existe a preocupação com a qualidade e o respeito pelos prazos (...). Nestes 5 anos aprendemos que o cliente não quer qualidade. Quer um trabalho barato em pouco tempo. Mas, acabamos por entregar um trabalho de qualidade. O cliente não sabe disso porque não está preocupado com a qualidade. É uma aposta com resultados a longo prazo. Há que primar pela qualidade ainda que não seja uma exigência do cliente. Manuel, Publicidade.

Aqui em Cabo Verde são muitos os obstáculos. Mesmo com a empresa, ainda tínhamos que convencer as pessoas que a reciclagem é uma coisa normal. Aliás, muito pelo contrário. É bom e é um dever de todos proteger o ambiente. Este foi um dos obstáculos que ainda enfrentamos. Há que fazer uma lavagem cerebral nas pessoas, fazer uma reciclagem nas pessoas para que possam acreditar. Hélio, Reciclagem de matérias informáticos.

As dificuldades referentes à obtenção do financiamento é mencionada em 5 casos e, juntamente com a questão dos impostos, são apontados como constituindo a segunda grande dificuldade inicial para quem empreende. Na questão dos impostos, as Finanças e o Instituto Nacional de Previdência Social surgem como as duas instituições que mais dores de cabeça provocam na pessoa empreendedora. Além destas, os/as jovens comentaram sobre as dificuldades com a gestão da empresa, sobretudo, a nível da organização contabilística e financeira. Adiciona-se a estes problemas as reclamações com a Alfândega. Este é um problema que é alistado apenas no caso de jovens cujas empresas importam algum tipo de material/equipamento do exterior. Estes empreendedores referem que as políticas adotadas tendem a favorecer mais aos estrangeiros do que os nacionais.

Em cinco casos, constatamos que algumas das dificuldades iniciais se mantiveram ao longo da trajetória da empresa. Foram apresentados os seguintes: os impostos, a relação com os clientes e com a Alfândega e a atual crise económica mundial. Além destas, no posterior desenvolvimento da empresa a pessoa empreendedora se depara com problemas relacionados com a baixa qualificação da mão de obra e a concorrência do mercado informal.

Para fazer face a essas dificuldades, os/as jovens recorreram a terceiros em vez de resolver os problemas através dos próprios meios. Mais uma vez, a rede pessoal sobressai neste campo oferecendo um conjunto de informações/orientações consideradas como importantes/necessárias para quem empreende. De notar que apesar destas dificuldades, não houve em um único caso quem tenha referido sobre a possibilidade de encerrar o negócio. Pelo contrário, os/as jovens perspetivam avançar com a empresa, expandindo-a no mercado. Por sua vez, as instituições perspetivam superar as suas dificuldades que se prendem com a limitação de recursos financeiros e humanos, procurando lógicas de autosustentabilidade e parcerias.

Enfim, todas estas dificuldades revelam que são muitos os desafios a serem superados e se transformados a favor de quem empreende, seriam de extrema importância para a promoção de mais negócios e a manutenção dos que já existem, com reflexo na inovação e competitividade empresarial por forma a contribuir para o desenvolvimento económico e social do país.

Conclusão

A análise que efetuamos na primeira parte deste trabalho leva-nos a concluir que o fenómeno do empreendedorismo é complexo, para não dizer, inesgotável. Há muita polissemia envolvendo a noção, resultado da multiplicidade de teorias, perspectivas e abordagens existentes neste domínio e que estiveram longe de ser esgotadas no presente trabalho.

Porém, é notório o interesse que o tema tem vindo a ganhar, principalmente, se tivermos em consideração as mutações do mundo laboral, colocando novos desafios em termos profissionais onde a aposta no auto emprego surge como uma opção de carreira para uma parte significativa da força de trabalho. Por outro lado, as análises efetuadas permitem perceber que a ênfase no empreendedorismo emerge como proeminente dada à importância das jovens empresas para a inovação e o seu contributo para a criação de empregos, riquezas e para o desenvolvimento económico e social de uma região ou país.

O contexto cabo-verdiano não é exceção. Face aos problemas sociais e económicos que o país enfrenta, o empreendedorismo domina o discurso do presente, e é tido como uma aposta capaz de dar respostas às vulnerabilidades das ilhas.

Do estudo empírico que realizamos, apesar da posição de algumas vozes institucionais que apontam para a existência do empreendedorismo essencialmente motivado pela necessidade, vale ressaltar que, na maioria dos casos identificados, a concretização de uma oportunidade de negócio surge como o principal fator que influencia os/as jovens a criarem suas empresas. Quando a motivação dominante não consistiu numa oportunidade detetada no mercado, a necessidade de independência e de realização foram consideradas como as motivações impulsionadoras da atividade empreendedora. Além destas, os/as jovens referiram as motivações financeiras e o desejo

de reduzir o desemprego na camada jovem como motivações secundárias que impulsionaram a criação da empresa, razões que o presente estudo revela e que apesar de não terem sido encontrados na literatura pesquisa, podem constituir um contributo ao entendimento do tema.

Assim, uma primeira conclusão deste trabalho aponta para um empreendedorismo de oportunidade. Em nenhum dos casos a abertura da empresa constituiu uma alternativa profissional devido à ausência de outras, pois todos/as os/as jovens empreendedores/as estavam empregados/as quando criaram o negócio, havendo casos de quem ainda continua exercendo uma atividade profissional em paralelo à empresarial. Neste sentido, estes resultados confirmam em parte a nossa primeira hipótese onde conjecturamos que o desejo de realização, de independência e de concretização de uma oportunidade de negócio constituem os principais motivos considerados no processo de criação das empresas. Mas, de igual modo, contribuem para refutar que a situação de desemprego também o tenha sido.

É certo que as mulheres possuem níveis de formação mais elevados, mas os homens criaram as suas empresas mais cedo e têm mais experiência em termos empresariais. Contudo, para quem empreende é indiferente ser homem ou mulher para a criação de empresas visto que ambos estão em pé de igualdade. Tal como o sexo, a formação também não é considerada como sendo importante, apesar de que todas as pessoas entrevistadas revelarem a importância da própria formação para a criação do negócio.

Outra conclusão deste trabalho prende-se às redes sociais de quem empreende. Na fase de criação/arranque da empresa a rede pessoal, constituída por amigos e familiares, é uma ferramenta importante para quem empreende que a ela associa quando

pretendia arrancar com o negócio. Além deste apoio, junto a estas pessoas os/as jovens recebem informações bem como ajuda na obtenção de recursos físicos. De igual modo, encontra na sua rede pessoal suporte emocional e ajuda para enfrentar os desafios inerentes à atividade empresarial com que os/as jovens se deparam. São, de resto, elementos que permitem confirmar parte da segunda hipótese no que diz respeito ao facto dos/as jovens recorrerem às suas redes pessoais para a obtenção de aconselhamento e informações. Mas, quando o assunto diz respeito ao financiamento da atividade empreendedora, a rede pessoal de quem empreende deixa de assumir a mesma importância. A maioria das pessoas recorreu aos recursos financeiros próprios ou empréstimos bancários para o arranque do negócio, verificando-se apenas dois casos onde esse recurso contou com o apoio de familiares. Neste sentido, quem empreende não procurou por apoio financeiro junto da sua rede pessoal para o arranque da atividade empreendedora. Apesar disso, a presença dessa rede mantém-se mesmo com a entrada da empresa no mercado, o que confirma a nossa terceira hipótese onde supomos que importância das redes pessoais mantém-se desde a fase inicial da empresa até ao seu posterior desenvolvimento.

Já na fase de desenvolvimento da empresa, os resultados orientam que os/as jovens recorrem aos apoios de natureza institucional, o que confirma a quarta hipótese onde supomos que os apoios institucionais têm maior relevância na fase de desenvolvimento do negócio do que na fase da sua criação. Dado que as decisões para abrir a empresa foram subjetivas, baseadas na área de formação, em suas experiências profissionais anteriores e sem um processo de planeamento como suporte, os resultados indicam que o recurso a um apoio institucional na fase posterior ao arranque da empresa verifica-se devido à necessidade de financiamento e apoio técnico, necessário ao

desempenho do negócio. Assim, o banco e a ADEI são apontadas como as instituições que quem empreende refere ter recorrido.

Dentre os obstáculos no processo de arranque das empresas, os principais são: a relação com os clientes, obtenção de financiamento, os impostos, dificuldades com a gestão da empresa e queixas sobre a Alfândega. Os impostos, a relação com os clientes, as queixas sobre a Alfândega, a atual crise económica mundial, problemas relacionados com a baixa qualificação da mão-de-obra e a concorrência do mercado informal foram apontados por quem empreende como as principais dificuldades que enfrentam no posterior desenvolvimento da empresa. De notar que estas dificuldades constituem desafios à própria sobrevivência das empresas.

Com base nos dados, observamos que quando criadas, as empresas encontraram no mercado outras que ofereciam os mesmos produtos/serviços. Isto porque as empresas criadas vinculam-se aos seguimentos tradicionais do mercado (serviços e comércio). Mesmo assim, da parte de quem empreende há um interesse com o autodesenvolvimento e com a implementação de melhorias, nos processos, produtos dos negócios assim como no estabelecimento de parcerias, a atenção com a qualidade e a satisfação dos clientes. Verificamos uma preocupação com a introdução de novos produtos/serviços, mas a preocupação maior vincula-se à entrada em novos mercados e o estabelecimento de novas valências à atividade principal da empresa. Assim, concluímos que apesar das empresas criadas vincularem-se aos seguimentos tradicionais do mercado (serviços e comércio), existe a preocupação com a inovação por parte dos/as jovens que empreendem, confirmando a quinta hipótese.

Mas a inovação não deve ser o esforço apenas do setor empresarial. Tal como foi discutido na primeira parte, o estabelecimento de ações conjuntas, baseadas na

colaboração/cooperação constituem forças propulsionadoras do processo de inovação. Da parte de quem empreende, observamos a existência de empresas que trabalham em colaboração com outras. Quanto às instituições, há indícios de um maior reajustamento das suas práticas às transformações sociais e procura pela complementaridade do trabalho que desenvolvem em vista à promoção do empreendedorismo. Mas, em todo esse processo a conclusão que chegamos é que ainda falta uma maior interligação/conexão entre os diferentes níveis – empresarial, institucional, educacional e social – de modo a potenciar a inovação, por ação e interação dos respetivos atores sociais.

De qualquer forma, as instituições perspetivam um futuro otimista para a questão do empreendedorismo em Cabo Verde e reconhecem o potencial da camada jovem bem como a sua contribuição significativa que dispensam para a materialização desse futuro. Porém, recomendam aos jovens que queiram seguir a trilha empresarial que devem estar seguros da sua ideia de negócio e acreditar naquilo que querem. Devem estar informados sobre os acontecimentos do país e do mundo, abandonar a lógica de pedir por apoios e ganhar uma postura ativa face à vida e aos acontecimentos.

Por sua vez, quem empreende refere que além do reforço do acompanhamento por parte das instituições, também consideram prioritário melhorar e facilitar as oportunidades de financiamento. Quem empreende considera fundamental a diminuição das taxas de juros na concessão do crédito bancário. Consideram também como imprescindível a melhoria do atendimento prestado às pessoas que recorrem às instituições que, na perspetiva dos/das jovens, devem trabalhar no sentido de haver maior divulgação dos apoios que prestam no domínio do empreendedorismo. São, de resto, desafios relevantes que contribuiriam para marcar a diferença no quadro do desenvolvimento empresarial em Cabo Verde e constituem um conjunto de

recomendações que se baseiam na operacionalização das sugestões dos participantes deste estudo. Além destas recomendações, os resultados alcançados permitem formular outras recomendações, nomeadamente: (a) promover um sistema de apoio tanto na fase de criação como de desenvolvimento de novos negócios, contribuindo para a qualificação de quem empreende; (b) fomentar uma cultura de empreendedorismo na sociedade que contribua para a redução da penalização social das iniciativas que não alcançaram o sucesso; (c) criar incentivos às universidades para promoverem a investigação sobre o tema e apostarem na incubação de empresas; (d) desenvolver meios para maior divulgação e troca de experiências em matéria de empreendedorismo.

Feitas estas considerações, em investigações futuras somos da opinião que seria interessante incluir estrangeiros no grupo das pessoas participantes do estudo, outras pessoas que ainda não entraram no mundo empresarial e alargar o âmbito geográfico da pesquisa. A par disso, a realização de um estudo comparativo que integrasse esses elementos permitia uma compreensão mais alargada do tema pois permitia comparar diferentes realidades, sendo o estudo de caso múltiplo uma estratégia a adotar. Seria também importante combinar diferentes fontes de dados/informações: entrevistas individuais e pesquisa documental com grupos focais e questionários. Desta forma, os dados seriam recolhidos mediante uma pluralidade de métodos capazes de proporcionar uma triangulação mais sistemática e estruturada dos mesmos.

Finalmente, cabe destacar que a realização deste trabalho não está isenta de limitações. A maior delas tem que ver com a inexperiência no tratamento de dados recolhidos através de entrevistas e a falta de bibliografia cabo-verdiana que aborda a temática do empreendedorismo. Uma outra limitação refere-se ao horizonte temporal de recolha e análise dos dados. Desta forma, ficamos condicionados à análise de algumas

questões em detrimento de outras, sendo levados a optar por determinados caminhos que consideramos acertados, mas que para outros se tornam fontes de questionamento.

Seja como for, apesar das limitações e das dificuldades enfrentadas na execução do presente trabalho, é grande a satisfação proporcionada pela sua concretização, esperando que constitua um contributo no estudo sobre o empreendedorismo em Cabo Verde.

Referências bibliográficas

Andrade, Maria O. (2010) *A transição escola trabalho em Cabo Verde: os sentidos da qualificação profissional para jovens de baixa renda*. Tese de Mestrado em Educação. Universidade de São Paulo. http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/Maria_Odete.pdf. [10 de janeiro de 2012].

Banco Mundial (2009) *Enterprise Surveys, Country Profile - Cabo Verde 2009*.

Banco Mundial (2012) *Doing Business, Country Profile - Cabo Verde 2012*.

Banco de Portugal (2011) *Evolução das economias dos PALOP e de Timor-leste, 2010-2011*.

Barlach, Lisete (2009) *A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador*. Tese de doutoramento em Psicologia. Universidade de São Paulo. www.teses.usp.br/teses/disponiveis/01122009/LiseteBarlach.pdf. [10 de novembro de 2011].

Baptista, José G; Ramalho, Joaquim S.; Silva, Jacinto V. (2006) “Understanding the microenterprise sector to design a tailor-made microfinance policy for Cape Verde”. Universidade de Évora *Working Paper* 2006/01. Portugal.

Birley, Sue (1985) “The role of networks in the entrepreneurial process”. *Journal of Business Venturing Working Paper* 85/15. England.

Bogdan, Robert; Biklen, Sari (1994) *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.

Bosman, Niels; van Praag, Mirjam; Wit, Gerrit (2000) “Determinants Of Successful Entrepreneurship”. *Research Institute for Small and Medium-Sized Business in the Netherlands Research Report* 0002/e. Netherlands.

Botelho, Antonio José; Bueno, José Antonio. (2008) “Financiando as Relações entre a Universidade e a Indústria na América Latina: um apoio às universidades ou estímulo à inovação?” in Schwartzman, Simon. (org) *Universidades e desenvolvimento na América*

Latina experiências exitosas de centros de pesquisas. Centro Edelstein de Pesquisas Sociais: Brasil, 95-132.

Bryman, Alan.; Cramer, Duncan. (1993). *Análise de Dados em Ciências Sociais*, Oeiras: Celta Editora.

Bygrave, William (2003) "The entrepreneurial process, de media.wiley.com/product.../0471271543.pdf [20 de novembro de 2011].

Cappelle, Mónica Carvalho Alves; Melo, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; Gonçalves, Carlos Laberto (2003) "Análise de conteúdo e análise de discurso nas Ciências Sociais". *Organizações Rurais & Agroindustriais - Revista Eletrônica de Administração da UFLA*, VOL. 5, NO 1. <http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/download/251/248> [20 de maio de 2012].

Cardoso, Ricardina de Fátima (2008) *Formação profissional e empreendedorismo: o caso do Centro de Juventude de S. Vicente*. Tese de mestrado em Gestão Global. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. <http://repositorio.iscte.pt/bitstream/C3%A7%C3%Cardoso.pdf>. [10 de janeiro de 2012].

Caron, Antoninho. (2007) "Inovação social e o papel da Indústria" *in* Farfus, Daniele; Rocha, Maria C. de Souza (orgs) *Inovações sociais*. Curitiba: Coleção Inova, 85-116.

Chefia do governo (2011) *Cabo Verde 2016: Programa do Governo para a VIII Legislatura 2011-2016*. <http://www.reformadoestado.gov.cv>. [10 de novembro de 2011].

Comissão Europeia (2003) *Livro Verde: Espírito Empresarial na Europa*. Bruxelas. Comissão das Comunidades Europeias.

Constituição da República de Cabo Verde, Revisão ordinária de 1999 (2000). Praia.

Dantas, José (2001) *Gestão da Inovação*. Lisboa: Vida Económica.

Dees, J. Gregory (2001) "The Meaning of Social Entrepreneurship". Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, The Fuqua School of Business, Duke University.

Edquist, Charles (2001) “The Systems of Innovation Approach and Innovation Policy: An account of the state of the art”. <http://folk.uio.no/ivai/ESST/Outline%20V05/edquist02.pdf>. [15 de novembro de 2011].

Etzkowitz, Henry (2003) “Innovation in innovation: the triple helix of university-industry-government relations”. *Social Science Information*, 42 (3), 293-337.

Farfus, Daniele; Rocha, Maria C. de Souza (orgs) (2007) *Inovações sociais*. <http://www.fiepr.org.br/colecao/nova/FreeComponent7755.shtml> [21 de novembro de 2011].

Ferreira, Manuel Portugal; Santos, João Carvalho; Serra, Fernando Ribeiro (2010) *Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa*. Lisboa: Edições Sílabo.

Ferreira, Orlanda Maria Santos (2008) *O empreendedorismo: o perfil do empreendedor da Ilha de Santiago Cabo Verde*. Tese de mestrado em Gestão Global. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. repositorio.iscte.pt/handle/10071/669. [10 de novembro de 2011].

Ferreira, Sílvia (2005) “O que tem de especial o empreendedor social? O perfil de emprego do empresário social em Portugal”. <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/223/223.pdf>. [07 de novembro de 2011].

Ferreira, Virgínia (2007) “Conclusões Comentadas, comunicação apresentada na/o Conferência de Peritos em Igualdade de Género *Empregabilidade e Empreendedorismo - Estereótipos de Género*, integrada no programa da Presidência Portuguesa da União Europeia, Lisboa, Pavilhão Atlântico, 03 a 04 de outubro de 2007.

Filion, Louis Jacques (1999) “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios”. *Revista de Administração*, 34 (2), 5-28.

Filion, Louis Jacques (2001) “Carreiras empreendedoras do futuro”. http://200.252.248.103/sites/revistasebrae/01/artigo_1.htm. [09 de novembro de 2011].

Fontoura, Marcéli Cristiane Ramalho (2005) *Motivações para início e sustentação de empreendimentos: um estudo com oficinas mecânicas automotivas da Cidade do Rio de*

Janeiro. Tese de mestrado em Administração. Universidade Federal do Rio de Janeiro. <http://www.sapientia.pucsp.br/Rodrigo%20Campos%20Gomes.pdf>. [5 de janeiro de, 2012].

Freire, Adriano (2000) *Inovação – Novos produtos, serviços e negócios em Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo.

Freedom House (2011) *Freedom in the world 2011*. http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/EFA28E3670B830004925781E00EA6EA-Full_Report.pdf. [20 de janeiro de 2012].

Gartner, William (1989) “Who is an Entrepreneur? Is the wrong question”. *Entrepreneurship Theory and practice*. 13 (4), 47-68.

Gaspar, Fernando (2009) *O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Edições Sílabo.

Giannetti, Mariassunta; Simonov, Andrei (2005) “On the determinants of entrepreneurial activity: Social norms, economic environment and individual characteristics” <http://www2.hhs.se/personal/giannetti/sepr.pdf>. [15 de janeiro de 2012].

Gil, António (1996) *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Editoras Atlas.

Global Entrepreneurship Monitor (2004) “Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal em 2004”. www2.spi.pt/gem/docs/RelatorioSinteseGEM.pdf. [15 de maio de 2011].

Global Entrepreneurship Monitor (2010) “Empreendedorismo no Brasil” http://www.agenciasebrae.com.br/anexo_download.kmf?cod=314. [15 de maio de 2011].

Glocker, Daniela; Steiner, Viktor (2007) “Self-employment – a way to end unemployment? Empirical Evidence from German Pseudo-Panel Data. IZA Discussion Paper No. 2561.

Gomes, Rodrigo Campo (2009) *O autoemprego no Brasil: uma análise dos fatores determinantes*. Tese de mestrado em Economia política. Pontifícia Universidade Católica

de São Paulo. http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/10/TDE-2009-07-08T12:40:31Z-8019/Publico/Rodrigo%20Campos%20Gomes.pdf. [5 de janeiro de 2012].

Granovetter, Mark (1973) “The strength of weak ties”. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.

Grassi, Marzia (2006) “Cabo Verde pelo mundo: o género e a diáspora cabo-verdiana”. http://www.ics.ul.pt/publicacoes/workingpapers/wp2006/wp_6.pdf. [25 de janeiro de 2012].

Headd, Brian (2000) “Business Success: Fators leading to surviving and closing successfully”. http://business2.fiu.edu/1660397/www/Firm_growth_and_suvival/Headd_Survival.pdef. [15 de janeiro de 2012].

Hite, Julie M. (2003) “Patterns of Multidimensionality of Embedded Network Ties: A Typology of Relational Embeddedness” bscw.rediris.es/pub/.../Tipos%20de%20lazos.doc. [18 de janeiro de 2012].

Hulgård, Lars; Ferrarini, Adriane Vieira (2010) “Inovação social: rumo a uma mudança experimental na política pública?” www.unisinos.br/revistas/index.php/ciencias_sociais/article/.../117 [10 de janeiro de 2012].

Instituto de Emprego e Formação Profissional (2010) Plano de atividades do Instituto de Emprego e Formação Profissional para o ano 2010.

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (1999) “Primeiro Recenseamento Empresarial. www.ine.cv. [10 de novembro de 2011].

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2002) “Segundo Recenseamento Empresarial. www.inw.cv. [10 de novembro de 2011].

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2005) “Empresas cabo-verdianas mais competitivas”. www.ine.cv. [10 de novembro de 2011].

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2006) Inquérito Sobre o emprego.

Instituto Nacional de Estatística de Portugal (2007) “Fatores de sucesso das iniciativas empresariais”. www.ine.pt/ . [10 de julho de 2011].

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2008) Inquérito Sobre o emprego.

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (INEa) (2009) “Terceiro Recenseamento Empresarial”. www.ine.cv [10 de novembro de 2011].

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (INEb) (2009) “Inquérito ao setor informal”.

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2010) “IV Recenseamento Geral da População e da Habitação” www.ine.cv. [20 de janeiro de 2012].

Jacob, Merle (2006) “Utilization of social science knowledge in science policy: systems of innovation, triple helix and vinnova”. *Social Science Information*. 45 (3), 431-462.

Karayiannis, Anastassios (2003) “Entrepreneurial functions and characteristics in a proto capitalist economy: The Xenophonian Entrepreneur” <http://www.unipi.gr/faculty/tas/papers/ger.pdf>. [20 de janeiro de 2012].

Kelley, Donna (2011). *Global Entrepreneurship Monitor -2010 Global Report*, Babson, Estados Unidos da América.

Leite, Emanuel (2002) *O fenómeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Recife: Bagaço.

Leite, Emanuel (2006) *Empreendedorismo, inovação e incubação de empresa e a Lei de Inovação*. Recife: Bagaço.

Lindberg, Malin; Lindgren, Mónica (2010) “The role of NGOs in supporting women’s entrepreneurship: a study of a Quadruple Helix project in the Baltic sea region”. <http://www.quadruplehelix.eu/images/stories/reports/QH-report-2010-4-isbn.pdf>. [10 de janeiro de 2012].

Lopes, Jorge; Balsa, Carlos; Nunes, Alcina (2010) “É a imagem empresarial de cabo verde um espelho do seu potencial de desenvolvimento económico e social?” http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext. [20 de janeiro de 2012].

Marin, Alexandra; Wellman, Barry (2009) “Social Network Analysis: An Introduction”. <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/newbies.pdf>. [5 de janeiro de 2012].

Martins, Filipe (2011) Os lugares da juventude no contexto urbano de Cabo Verde. <http://www.buala.org/pt/a-ler/os-lugares-da-juventude-no-contexto-urbano-de-cabo-verde>. [16 de maio de 2011].

Matias, Márcia Athayde; Martins, Gilberto de Andrade (2010) “O legado de McClelland e a educação empreendedora em contabilidade”. <http://www.anpcont.com.br/site/docs/congressoIV/03/resumo.pdf>. [10 de novembro de 2011].

Ministério das Finanças de Cabo Verde. Grandes Opções do Plano: 2006/2011. Gabinete de Estudos e Planeamento do Ministério das Finanças.

Ministério das Finanças e Administração Pública de Cabo Verde (2008) Documento sobre Estratégia de Crescimento e de Redução da Pobreza em Cabo Verde.

Ministério das Finanças de Cabo Verde (2010) Cabo Verde: Plano Estratégico de Redução da Pobreza — Relatório de Seguimento.

Ministério da Qualificação e Emprego (2008) Estudo diagnóstico sobre o mercado de emprego em Cabo Verde. http://www.governo.cv/documents/estudo_sobre_mercado_de_emprego.pdf.

Minniti, Maria; Arenius, Pia (2003) “Women in entrepreneurship”. http://sites.kauffman.org/pdf/UN_womens_report.pdf [10 de janeiro de 2012].

Oliveira, Dilson Campos; Guimarães, Liliane de Oliveira (2006) Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/Sebrae em questão.

<http://www.iceg.pucminas.br/espaco/revista/Perfil%20empreendedor%20e%20a%C3%A7%C3%B5es%20de%20apoio%20ao%20empreendedorismo.pdf> .[15 de novembro de 2011].

Oliveira, Luísa (2008) *Sociologia da inovação – a construção social das técnicas e dos mercados*. Lisboa: Celta editora.

Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (2011) *Melhoria do ambiente de negócios em Cabo Verde*. www.reformadoestado.gov.cv/index.php?option=com. [25 de janeiro de 2012].

Parreira, Pedro; Pereira, Francisco Costa; Brito, Nuno Vieira (2011) *Empreendedorismo e motivações empresariais no ensino superior*. Lisboa: Edições Sílabo.

Pereira, Francisco Costa (2001) *Representação social do empresário*. Lisboa: Edições Sílabo.

Portela, José; (coord), Hespanha, Pedro; Nogueira, Cláudia; Teixeira, Mário Sérgio; Baptista, Alberto (2008) *Microempreendedorismo em Portugal - experiências e perspectivas*. Greca: Lisboa.

Portugal, Sílvia (2007) “Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica”. *Oficina do CES*, nº 271. CES.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2011) *Relatório de desenvolvimento humano 2011. Sustentabilidade e equidade: Um futuro melhor para todos*. http://mirror.undp.org/angola/LinkRtf/HDR_2011_PT.pdf. [25 de janeiro de 2012].

Quivy, Raymond ; Luc Van Campenhoutdt (1998) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva-Publicações, Lda.

Reid, Gavin C. (1997) “Small Firms: Actions and their survival probabilities. <http://www.st-andrews.ac.uk/crieff/papers/dp9721.pdf>. [5 de janeiro de 2012].

Reynolds, Paul D.; Cárter, Nancy M .; Gartner, William B.; Greene, Patricia G.; Cox, Larry W.(2002) “The Entrepreneur Next Door: Characteristics of Individuals Starting

Companies in America: An Executive Summary of the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics”. http://sites.kauffman.org/pdf/psed_brochure.pdf. [5 de janeiro de 2012].

Sakar, Soumodip (2007) *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora.

Saraiva, Pedro Manuel (2011) *Empreendedorismo*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Shane, Scott; Venkataraman, Sankaran. (2000) “The promise of entrepreneurship as a field of research”. <ftp://ftp.cba.uri.edu/classes/Archive/Hamilton/Research/Entrepreneurship/Academy%20of%20Mgt%20Review%208.pdf>. [15 de janeiro de 2011].

Shane, Scott; Locke, Edwin A.; Collins, Christopher J. (2003) “Entrepreneurial motivation”. *Human Resource Review*, 257-279.

Sessão do Conselho de Ministros Dedicada à Juventude: Documento Estratégico, Praia, 2002.

Sousa, Cristina (2008) “Redes Sociais e Empreendedorismo”. *Work Paper* nº 2008/68. Dinâmia, Centro de Estudos Sobre a Mudança Socioeconómica. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

Swedberg, Richard (2009) “Schumpeter’s full model of entrepreneurship: economic, non-economic, and social entrepreneurship” in Ziegler, R. (ed) *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*: Edward Elgar, 77-106.

Thurik, A. Roy; Carree, Martin A.; van Stel, André; Audretsch, David B. (2007) “Does self-employment reduce unemployment?” *Journal of Business Venturing. SciencDirect*23, 673-686.

Uzzi, Brian (1997) “Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness”. <http://gaton.uky.edu/Faculty/ferrier/Uzzi%201997.pdf>. [15 de janeiro de 2012].

Vale, Gláucia; Guimarães, Liliane (2010) “Redes Sociais na Criação e na Mortalidade de Empresas”. *RAE-eletrônica*, 50 (3), 325-337. http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75.pdf. [15 de janeiro de 2012].

Vieira, Cristina (1998) “Metodologia da investigação científica”. Coimbra. Universidade de Coimbra.

Yin, Robert. K. (2003) *Case study research - Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.

World Economic Fórum (2011) *Global Competitiveness Report 2011-2012*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf. [25 de janeiro de 2012].

Zinga, Afonso (2007) *Os determinantes do empreendedorismo: um estudo empírico no contexto angolano*. Tese de mestrado em Gestão. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra. Portugal.

Outros sítios da internet consultados:

ajec.org.cv

radioatlantico.blogspot.com

www.adei.cv

www.faroldacciss.org

www.fundacaocidadedelisboa.pt

www.governo.cv

www.intervila.com

www.isu.pt

www.unipiaget.cv

