

CRIAÇÃO DE EMPRESAS: EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS EM CABO VERDE.

*António Carrizo Moreira¹
Edmilson Salomão Tavares Pinto²*

RESUMO

Este artigo é o primeiro trabalho de investigação que envolve o estudo da criação de empresas dos empreendedores em Cabo Verde. Ele procura traçar o perfil do empreendedor cabo-verdiano e tipificar as empresas criadas por estes.

O estudo foi levado a cabo na Cidade da Praia, Cabo Verde, onde foram entregues questionários e uma carta de apresentação explicando aos empresários a importância do estudo e incitando à sua participação. Foram avaliadas 70 respostas válidas.

O artigo está dividido em cinco secções. A primeira apresenta uma introdução. A segunda secção aborda o empreendedorismo, nomeadamente, a sua evolução, os principais factores que o fomentam e as características do empreendedor. A terceira secção apresenta a metodologia de investigação que foi seguida. A quarta secção, a mais extensa e importante, apresenta os resultados obtidos aquando da investigação. Ela tem duas partes principais: a caracterização das empresas e a caracterização dos empreendedores. Finalmente, a quinta secção apresenta uma conclusão genérica do artigo.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Cabo-Verde

1. INTRODUÇÃO

Cabo Verde é um arquipélago de origem vulcânica, composto por 10 ilhas, sendo 9 habitadas, e 8 ilhéus, totalizando uma área territorial de 4033 Km². Está situado a 445 Km da costa ocidental da África.

O tecido empresarial cabo-verdiano encontra-se ainda numa fase quase embrionária pois só recentemente é que se tem vindo a assistir a um aumento gradual do número de empresas em Cabo Verde e, em particular, na Cidade da Praia. Neste particular, o empreendedorismo joga um papel muito importante na sociedade cabo-verdiana ao potenciar o seu desenvolvimento.

Nos últimos anos tem-se verificado um aumento do interesse pelo empreendedorismo por parte da sociedade, em geral, e das classes política e académica, em particular. Este facto deve-se ao reconhecimento da importância deste no bem-estar social, no emprego e no desenvolvimento sustentado da economia.

Apesar do interesse crescente no tema, verificou-se que não existe qualquer estudo sobre empreendedorismo em Cabo Verde ao invés do que acontece noutros países desenvolvidos em que o empreendedorismo é um tema frequentemente investigado.

¹ Professor Auxiliar do DEGEI, Universidade de Aveiro. ² Bolseiro de investigação.

Nessa linha, surge o presente trabalho, procurando tipificar as empresas criadas em Cabo Verde e definir, genericamente, o perfil dos seus empreendedores, de forma a criar uma base de conhecimentos um pouco mais sólida sobre o empreendedorismo em Cabo Verde. Assim, devido a imperativos de índole económico-temporal e dada a ausência de estudos anteriores sobre empreendedorismo em Cabo Verde, foi decidido elaborar um estudo que permitisse, por um lado, ser pioneiro nesta matéria em Cabo Verde e, por outro, tirar conclusões sobre estudos que permitissem um maior aprofundamento da matéria. Tendo isto em consideração, decidiu-se implementar um estudo às empresas da Cidade da Praia para posteriormente alargar o estudo às restantes empresas de todo Cabo Verde. Desta forma, o estudo incide numa amostra de 70 empresas da Cidade da Praia e tem os seguintes objectivos:

1. Traçar o perfil das empresas criadas na Cidade da Praia, Cabo Verde;
2. Traçar o perfil do empresário da Cidade da Praia;
3. Identificar as principais formas de financiamento que constroem os empresários cabo-verdianos;
4. Identificar os aspectos mais relevantes dos empreendedores da Cidade da Praia;
5. Tentar caracterizar o posicionamento estratégico das empresas criadas na Cidade da Praia; e
6. Permitir um futuro aprofundamento do estudo sobre empreendedorismo em economias menos desenvolvidas como a cabo-verdiana.

2. O EMPREENDEDORISMO

2.1 INTRODUÇÃO AO CONCEITO E EVOLUÇÃO DO TERMO EMPREENDEDORISMO

O conceito de empreendedorismo existe desde os primórdios da humanidade, no entanto foi Cantillon (1755) que o tornou conhecido no processo económico por associá-lo à criação de riqueza.

No vocabulário comum, ser um empreendedor está associado à criação de um negócio, e embora seja uma forma pobre de se aplicar tal termo, possui uma rica história e um significado muito mais vasto.

Diversas pesquisas mostram que, a partir dos anos 80, o empreendedorismo e os pequenos negócios cresceram a taxas mais significativas que em qualquer década nos últimos 100 anos (Druker, 1987; Filion, 1999). As razões para a expansão dos pequenos negócios na maior parte dos países, como por exemplo, Brasil, Canada, Inglaterra, Índia e Itália, (Filion, 1999) parecem ser decorrentes das mudanças estruturais no mundo do trabalho nas últimas décadas do século XX, sobretudo associadas às taxas de desemprego crescente em todos os países capitalistas, com excepção dos Estados Unidos. A redução na oferta de empregos impôs muitos desafios aos indivíduos, levando as pessoas a se aventurarem na criação do próprio negócio, como alternativa de trabalho e, até mesmo, de sobrevivência.

Como consequência destas mudanças no mundo do trabalho, Filion (1999) argumenta que os anos 90 produziram um novo tipo de empreendedor: “o involuntário”. Grosso modo, empreendedores involuntários são formados por jovens recém formados e pelas pessoas que foram demitidas em função dos processos de fusões, privatizações e reengenharia, os quais, não conseguindo retornar ao mercado formal de trabalho, têm na criação do próprio negócio, uma alternativa de trabalho e de renda.

O economista mais proximamente associado ao termo foi Schumpeter (1912) que descreveu os empreendedores como os inovadores que dirigem o processo de “destruição criativa” do capitalismo. Ele defendeu que a função do empreendedor é reformar ou remodelar o modelo de produção. Para Schumpeter (1912), os empreendedores são os agentes da mudança na economia, servindo novos mercados ou criando novos meios para transformar os produtos e fazer evoluir a economia.

Ainda para o Schumpeter, o desenvolvimento económico está fundamentado em três factores principais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. Este empresário inovador, mencionado por Schumpeter, é capaz de empreender um novo negócio, mesmo sem ser dono do capital. A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e ao modo de pensar e agir. A destruição criativa é responsável pelo crescimento económico de um país. Para Schumpeter (1912), o empreendedor não se move pelo lucro, antes, suas verdadeiras motivações estão no sonho, no desejo de conquistar, na alegria de criar, no entusiasmo para provar que é superior aos outros.

Schultz (1975, 1980), quando definiu o empreendedor como um redistribuidor de recursos, focalizando assim na capacidade empresarial para gerir os desequilíbrios, deu início à prevalência da escola americana no domínio do empreendedorismo, em particular no que se relaciona com a ciência económica.

Para Drucker (1985) iniciar um negócio não é nem necessário nem suficiente para o empreendedorismo. Ele comenta explicitamente que nem todos os novos pequenos negócios são empreendedores ou representam empreendedorismo. Drucker também deixa claro que o empreendedorismo não requer sempre uma finalidade de lucro.

Stevenson e Gumpert (1985) descobriram que os empreendedores não somente vêm e perseguem as oportunidades que iludem os gerentes administrativos nem permitem que os seus próprios talentos limitem as suas opções. Eles defendem que os empreendedores mobilizam os recursos dos outros para alcançar objectivos empreendedores ao passo que os administradores permitem que os recursos existentes e as descrições das suas tarefas restrinjam as suas visões e acções.

Segundo Fillion (1997), foi Max Weber, em meados da década de 30, identificando os empreendedores como inovadores, como indivíduos independentes que, enquanto líderes de negócio, exerciam uma autoridade formal. No entanto foi McClelland (1987), a partir da década de 70, que desenvolveu a contribuição das ciências comportamentais para o empreendedorismo, centrando-se nas características pessoais do empreendedor.

É de realçar que, apesar de os factores do meio envolvente desempenharem um papel de extrema importância eles, por si só, não criam empresas: é necessário para isso que exista uma pessoa que, conjugando as oportunidades do meio com as suas influências, consiga ter motivação para levar um processo de inovação até ao fim. O empreendedorismo deve ser visto, assim, como um processo em elevada mutação, que tem subjacente a concepção, a percepção e a realização de oportunidades de negócios.

Como visto por Schumpeter (1912), o empreendedorismo provou ser um motor para a evolução económica nos países industrializados ao criar novos negócios, através da inovação.

Zacharakis, Reynolds e Bygrave (1999) sistematizam o relacionamento entre crescimento económico e empreendedorismo através de um modelo que relaciona o contexto social, as condições nacionais gerais, as condições para o empreendedorismo, a capacidade empreendedora, as oportunidades para o empreendedorismo, as dinâmicas empresariais e o crescimento económico. Para eles, este último depende dos anteriores.

A OECD (1998) defende que o empreendedorismo é fundamental para reconciliar o sucesso económico com a coesão social. Assim, o que é importante é criar um clima criativo e inovador para que os indivíduos consigam acrescentar valor económico implementando novos produtos e serviços.

2.2 FACTORES DO MEIO QUE FOMENTAM O EMPREENDEDORISMO

De acordo com Brazeal e Herbert (1997), a evolução do empreendedorismo é influenciada pelas alterações das condições do meio envolvente, nomeadamente, as recessões económicas, o forte crescimento económico, as descobertas tecnológicas e as reestruturações sectoriais. Assim, normalmente, tanto a recessão como o crescimento conduzem, a processos de forte crescimento na dinâmica do empreendedorismo. No primeiro caso, é necessário encontrar novas soluções para combater as dificuldades, nomeadamente a que resulta do aumento da taxa de desemprego e, no segundo caso, é necessário satisfazer um conjunto de necessidades dos consumidores.

Como mencionado por Gonçalves (2000) um outro factor importante para implementar o empreendedorismo é um ambiente propício e que facilite, quer a nível económico, quer a nível político, o reconhecimento das oportunidades que despontam em cada envolvente económica e que fomentam a geração de soluções criativas e inovadoras.

Um outro aspecto não menos importante na dinamização do empreendedorismo, também mencionado por Gonçalves (2000), é o apoio das políticas públicas, em especial ao nível da identificação de parcerias, da elaboração dos planos de negócios, da informação e, principalmente, da criação de uma envolvente de concorrência sã num ambiente desburocratizado. Neste sentido, há hoje em dia muitas instituições com o objectivo de dar apoio aos novos empreendedores de forma a que estes não sintam a pesada burocracia que sempre existiu aquando da criação de qualquer empresa.

Embora Drucker (1985) tenha identificado a inovação como sendo o motor de desenvolvimento do empreendedorismo, Bloodgood, Sapienza e Carsrud (1995), apresentam um conjunto mais vasto e estruturalmente mais estável, a saber:

1. Um sistema de apoio social e familiar em que os membros da família podem assumir diversos papéis, tanto activos como passivos, no desenvolvimento da nova empresa;
2. As fontes de financiamento, que podem condicionar o aparecimento e o desenvolvimento da empresa;
3. Os clientes. A percepção das necessidades dos clientes e a subsequente motivação para a compra podem facilitar a criação da nova empresa;
4. Os trabalhadores e a forma como influenciam e condicionam o posicionamento da nova empresa;
5. Os fornecedores e os elementos da cadeia de valor que potenciam abordagens mais ou menos colaborativas e que podem condicionar o ritmo de criação de empresas;
6. As agências públicas, que podem providenciar um conjunto de apoios, desde financeiros até à elaboração do plano de negócios, influenciando o processo de criação de empresas;
7. A comunidade local, cujas normas intrínsecas podem influenciar as intenções do empreendedor e o sucesso da organização na altura do arranque;
8. As envolventes cultural, política e económica, que podem influenciar o nível de comportamento do empreendedor, dinamizando ou retardando a actuação empreendedora.

Embora o empreendedorismo dependa de um conjunto amplo de factores, Green, Williams e Katz (1998) defendem que a confiança é um elemento fundamental para a dinamização e o sucesso do mesmo.

Bloodgood *et al.* (1995) vão mais longe ao defender que os factores culturais e sociais do empreendedor são igualmente fundamentais. Ele defende que a demonstração de

um comportamento empreendedor é um fenómeno social pelo que o factor cultural não deve ser negligenciado nas investigações. Assim, tacitamente, dá ênfase à tese de McClelland (1961) que defende que a capacidade empreendedora depende do contexto social.

Poutsma (1997), investigando as estruturas sócio-culturais que estimulam o contexto social, defende que os principais factores que dinamizam positivamente o contexto social são os seguintes:

- A partilha de valores sociais e culturais, o que facilita a criação e dinamização de redes sociais informais;
- Uma estrutura económica baseada em empresas familiares, dado que influenciam a vida social dos seus elementos;
- Os empreendedores comunitários que elevam o papel social do empreendedor através da dinamização da identidade regional em torno do dinamismo e empreendedorismo.

2.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Katz (1974) identificou três características importantes que todo empreendedor deveria desenvolver, de forma a transformar conhecimento em acção, a saber:

- A capacidade técnica que está relacionada com os métodos, processos, procedimentos e técnicas necessárias para a implementação de uma determinada ideia;
- A capacidade humana, nomeadamente a de liderança e de relacionamento, de forma a interagir numa equipa de trabalho; e
- A capacidade conceptual que está relacionada com a implementação da ideia e a sua transformação em negócio.

Embora estas características sejam importantes e possam ser consideradas como necessárias, elas não são suficientes para que um empreendedor seja bem sucedido. Assim, a literatura sobre empreendedorismo tem procurado reunir ideias de diversos autores das ciências humanas para explicar o processo de empreender e estabelecer o perfil dos empreendedores de sucesso, com o intuito de desenhar o seu mapa psicológico.

Na perspectiva da teoria comportamental, o argumento central é a identificação das características comportamentais dos indivíduos que criaram empresas. Assim, McClelland (1971) apresentou as seguintes características como determinantes do comportamento empreendedor: a motivação para realização, o estilo de liderança, a capacidade para identificar e avaliar oportunidades, a iniciativa, a propensão para assumir riscos moderados e lidar num ambiente de incertezas e a capacidades de inovação.

As pesquisas de McClelland (1971) levaram-no a afirmar categoricamente que, entre os motivos para empreender, a alta necessidade de realização é o mais forte deles. Assim, pessoas com alto desejo de realização tendem a dedicar mais tempo a tarefas desafiadoras e que envolvam riscos moderados.

Apesar disto, Reitan (1997) defende que é difícil, do ponto de vista psicológico, separar um empreendedor de um não empreendedor. Ele propõe que se identifiquem intenções, atitudes e motivações como forma alternativa de identificar potenciais empreendedores face a oportunidades surgidas.

McClelland (1987) identificou as seguintes competências, que contribuiriam para o sucesso das iniciativas empresariais, como as evidenciadas pelos empreendedores:

- A proactividade, relacionada sobretudo com a iniciativa e a assertividade;
- A orientação por objectivos, nomeadamente na consecução das oportunidades surgidas; e
- O respeito pelos outros, nomeadamente, as questões relacionadas com relações de trabalho e relações sociais.

Tendo em consideração que um dos objectivos dos estudos sobre empreendedorismo é poder identificar qual o conjunto de acções que aumenta o número de empreendedores e o seu contributo para a sociedade, é então pertinente saber até que ponto será possível aumentar o aparecimento de novos empreendedores. Como exposto por Bird (1993), é preciso intervir nas características mutáveis do indivíduo, nomeadamente, nas suas capacidades, competências e relacionamentos, de forma a alterar as características individuais mutáveis. Bird (1993) afirma que tentar alterar a personalidade e a motivação requer alterações profundas, nomeadamente culturais, o que obriga a mudanças amplas no sistema de ensino e na própria cultura social.

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Tendo presente a complexidade do tema e a ausência de estudos prévios sobre empreendedorismo em Cabo Verde, optou-se por uma abordagem metodológica formalizada que tivesse em conta os aspectos particulares de outros contextos económicos.

A principal dificuldade foi a escolha da amostra inicial. Dado que não haviam estudos anteriores sobre empreendedorismo em Cabo Verde e dado que se pretendia encetar um estudo exploratório sobre a realidade cabo-verdiana, foi decidido escolher a Cidade da Praia como ponto de partida do estudo. Assim, com os resultados obtidos, procurou-se tipificar as empresas criadas e o perfil dos empresários na Cidade da Praia permitindo um ponto de partida para uma investigação futura mais detalhada em todo o arquipélago.

De forma a alcançar os objectivos previstos, foi definido um plano de investigação com os seguintes passos:

1. Uma pesquisa e uma revisão da literatura sobre empreendedorismo;
2. A elaboração de um questionário com duas partes principais. Uma relacionada com as características genéricas das empresas e outra com as características genéricas dos empresários, conforme apresentada por Pinto (2004).
3. A validação do questionário.
4. A entrega pessoal do questionário aos empresários que, depois de devidamente preenchido (o preenchimento do mesmo foi facultativo) foi, posteriormente, levantado.
5. O tratamento dos dados recolhidos. Para tal, foi utilizado o software SPSS.
6. Finalmente, a análise dos dados, de acordo com o objectivo traçado.

A recolha de informação foi efectuada através da entrega directa dos questionários aos empreendedores, acompanhada de uma carta de apresentação que explicava a importância e o objectivo da investigação. A carta tinha três objectivos principais: esclarecer os inquiridos sobre o conteúdo do trabalho; incutir na mente dos destinatários a importância do mesmo; e incitar à sua participação. O preenchimento do questionário foi, naturalmente, facultativo.

A recolha do questionário foi efectuada após o preenchimento do mesmo, sempre que os inquiridos manifestaram tempo e disponibilidade para os responder na hora. Quando

a disponibilidade do empresário não era imediata foi decidido explicar o objectivo do estudo e deixar o questionário para posterior preenchimento combinando a data da recolha do mesmo.

4. RESULTADOS OBTIDOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Com base na amostra recolhida, verifica-se que a maioria das empresas avaliadas pertencem aos sectores de Comércio, de Construção, de Reparação de Veículos e de Agricultura e Pesca, conforme apresentado no quadro 1. Por sua vez, a *forma jurídica* com mais predominância é a sociedade por quotas (quadro 1), representando um total de 51.4 % da amostra, seguida das sociedades unipessoais, com cerca de 31.4 % da amostra.

Quadro 1 - Relação entre Ramo de Actividade e Forma Jurídica da Sociedade

Ramo de Actividade	S. Quotas	Forma Jurídica			Total
		Unipessoal	S. Anónima	Outras	
Agricultura e Pesca	4	5	0	0	9
Indústria Extractiva	4	0	0	0	4
Indústria Transformadora	0	0	1	0	1
Construção	4	4	3	0	11
Transportes	0	0	0	4	4
Comércio	8	4	0	4	16
Reparação de Veículos e Motociclos	4	5	0	0	9
Hotelaria e restauração	4	0	0	0	4
Informática e actividades Similares	0	4	0	0	4
Outros	8	0	0	0	8
Total	36	22	4	8	70

Através de uma relação cruzada entre o *ramo de actividade* e a forma jurídica da sociedade, verifica-se a opção por sociedades anónimas apenas foi feita no caso das indústrias transformadora e construção. Este facto está relacionado com os requerimentos de capital nestes dois sectores de actividade. Por sua vez, a opção por sociedades unipessoais está relacionada com as fracas barreiras à entrada e com a perspectiva tradicional do sector, como é o caso da agricultura e pesca.

Quadro 2 - Relação entre Ramo de Actividade e Número de Empregados

Ramo de Actividade	< 5	Número de Empregados		Total
		Ente 5 e 9	Mais de 10	
Agricultura e Pesca	2	6	1	9
Indústria Extractiva	0	3	1	4
Indústria Transformadora	0	0	1	1
Construção	0	3	8	11
Transportes	0	1	3	4
Comércio	3	7	2	12
Reparação de Veículos e Motociclos	0	6	3	9
Hotelaria e restauração	0	1	3	4
Informática e actividades Similares	4	0	0	4
Outros	1	2	3	8
Total	10	31	25	66

A grande maioria das empresas são de pequena dimensão sendo que 62.1% das empresas têm menos de 10 trabalhadores, conforme se apresenta no quadro 2. Apenas os sectores dos Transportes, da Construção e da Hotelaria contrariam a representação média dos sectores avaliados.

Em 45,7% dos casos, conforme se apresenta no quadro 3, o *número de sócios* é na sua maioria superior a 3. A maioria dos sócios são de nacionalidade Cabo-verdiana, tendo-se verificado que em doze situações os sócios dos empreendedores eram de origem estrangeira.

Quadro 3 - Número de Sócios

Número de Sócios	Número	%
Um Sócio	22	31.4
Dois Sócios	16	22.9
Mais de dois Sócios	32	45.7
Total	66	66

Tal como apresentado no quadro 4, a larga maioria das empresas inquiridas (68,2%) não se encontram inscritas em qualquer associação empresarial. Uma análise por ramo de actividade indica que existem dois grupos de empresas com comportamentos completamente diferentes. Na agricultura e pescas, na indústria extractiva e na hotelaria e restauração o associativismo é muito grande, dado que todos os empresários inquiridos participavam numa associação empresarial. No sector da construção, há uma clara divisão entre as empresas, dado que metade da amostra participa nessas associações empresariais. Finalmente, os empresários dos restantes sectores de actividade denotam uma total falta de *associativismo empresarial*.

Quadro 4 - Relação entre Ramo de Actividade e Associativismo Empresarial

Ramo de Actividade	Associativismo Empresarial		Total
	Não	Sim	
Agricultura e Pesca	0	9	9
Indústria Extractiva	0	4	4
Construção	4	4	8
Transportes	4	0	4
Comércio	16	0	16
Reparação de Veículos e Motociclos	9	0	9
Hotelaria e restauração	0	4	4
Informática e actividades Similares	4	0	4
Outros	8	0	8
Total	45	21	66

Conforme se apresenta no quadro 5, a maioria dos empresários (60%) concorreu a *sistemas de incentivos*. No entanto, não deixa de ser curioso que apenas 51.4% dos empresários tenha recorrido a consultores externos aquando da abertura da sociedade.

Paradoxalmente, conforme apresentado no quadro 6, quando se compara o *recurso a consultores* com o recurso a sistemas de incentivos constata-se que apenas 22,9% das empresas inquiridas foram criadas com recurso a sistemas de incentivos e com recurso a consultores. Por sua vez, 37.1% dos empresários optaram por recorrer a sistemas de incentivos sem fazer uso de qualquer consultor externo.

Verifica-se que a totalidade dos empresários agrícolas não recorreram a consultores na elaboração do projecto, devido ao facto de as empresas serem de muito pequena dimensão com escassez de recursos humanos e de capital. O mesmo já não acontece nas indústrias

extractivas, transformadora, da construção e dos transportes, onde 100% das empresas inquiridas recorreram a um consultor externo para a elaboração do projecto. Isto pode ser explicado pelo facto de nestes casos a criação da empresa envolver uma maior quantia de capital e, como consequência, o risco poder ser maior. Tal se verifica, igualmente, nalgumas empresas do sector de comércio de maior dimensão.

Quadro 5 - Relação entre Ramo de Actividade, Procura de Incentivos e Procura de Consultoria

Ramo de Actividade	Concorreu a Incentivos		Procurou Consultor		Total
	Não	Sim	Não	Sim	
Agricultura e Pesca	0	9	9	0	9
Indústria Extractiva	0	4	0	4	4
Indústria Transformadora	1	0	0	1	1
Construção	7	4	0	11	11
Transportes	4	0	0	4	4
Comércio	12	4	8	8	16
Reparação de Veículos e Motociclos	0	9	5	4	9
Hotelaria e restauração	0	4	0	4	4
Informática e actividades Similares	0	4	4	0	4
Outros	4	4	8	0	8
Total	28	42	34	36	70

Quadro 6 - Recurso a um Consultor aquando da Abertura da Empresa versus Recurso a Incentivos

Concorreu a Incentivos	Procurou Consultor			
	Não (número)	Não (%)	Sim (número)	Sim (%)
Não	8	11.4	20	28.6
Sim	26	37.1	16	22.9

Relativamente ao tipo de consultor, a maioria das empresas (44%) que recorreu a consultores e procurou consultores individuais. As restantes empresas procuraram, principalmente, sociedades de consultoria (22%) e as respectivas associações empresariais (11%).

Quadro 7 - Distribuição do Volume de Negócios por Ramo de Actividade

Ramo de Actividade	Volume de Negócios				Total
	<<5000	5000<X<10000	10000<X<50000	X>50000	
Agricultura e Pesca	9	0	0	0	9
Indústria Extractiva	0	4	0	0	4
Indústria Transformadora	0	0	0	1	1
Construção	0	4	4	3	11
Transportes	0	0	4	0	4
Comércio	8	0	4	4	16
Reparação de Veículos e Motociclos	0	9	0	0	9
Hotelaria e restauração	0	4	0	0	4
Informática e Actividades Similares	4	0	0	0	4
Outros	8	0	0	0	8
Total	29	21	12	8	70

Tal como se apresenta no quadro 7, quase metade dos empresários têm um *volume de negócios* que não excede os 5 mil contos cabo-verdianos e 88,6% dos empresários espera

facturar no próximo ano menos de 50 mil contos cabo-verdianos. Tendo em conta o padrão português, pode dizer-se que grande parte dos empresários tem um volume de negócios relativamente limitado. As diferenças sectoriais estão bem presentes no quadro 7. Constatase que as maiores empresas pertencem aos sectores da Construção, do Comércio e da Indústria Transformadora.

No quadro 8 se apresenta o relacionamento entre o volume de negócios e o número de empregados. Verifica-se que à medida que o volume de vendas aumenta, também aumenta o número de empregados.

Quadro 8 - Volume de Negócios por Número de Empregados

Número de Empregados	Volume de Negócios				Total
	<5000	5000<X<10000	10000<X<50000	X>50000	
Menos de 5	10	0	0	0	10
Entre 5 e 9	15	11	4	1	31
Mais de 10	4	10	8	3	25
Total	29	21	12	4	66

A nível de mercado, a perspectiva local é premente: cerca de 30% dos inquiridos têm como mercado principal para os seus produtos a ilha de Santiago. É também de salientar que apenas 23% dos inquiridos distribuem menos de 50% dos seus negócios naquela ilha (Santiago). Isto deve-se ao facto de a maioria das empresas ser de pequena dimensão em que o mercado abrangido é muito restringido pelas questões geográficas. Pode-se, assim, considerar que as empresas são tendencialmente locais. Apenas vinte empresas seguem estratégias de exportação, sendo que as maiores exportadoras (só 4 delas) exportam 20% da sua facturação.

No que se refere ao *capital investido na empresa*, mais de metade dos inquiridos (56.1%) não chegou aos 5000 contos Cabo-verdianos, conforme apresentado no quadro 9, o que comprova mais uma vez, que as empresas são de pequena dimensão.

As duas principais modalidades a que os empresários recorreram foram os capitais próprios e os empréstimos bancários. O investimento inicial foi financiado na sua totalidade por capital próprio (100%), em 23% das empresas inquiridas. Por outro lado, setenta por cento dos empresários financiaram mais de metade do investimento por meios próprios. Digno de nota é o facto de nenhum empresário ter recorrido ao capital de risco, ao leasing, aos fornecedores ou aos clientes. Igualmente importante é o facto de 47% dos empresários não ter recorrido a qualquer empréstimo bancário, tendo apenas 22% dos empresários recorrido a empréstimos para financiar mais de 50% do capital inicial. O terceiro instrumento mais importante (18,5%) é o recurso a empréstimos de familiares, de forma a financiar entre 20% e 30% do capital inicial da empresa. Em quarto lugar, com 11.4% cada, aparecem dois instrumentos: empréstimos de sócios e empréstimos de outras empresas.

Quadro 9 - Investimento na Fase inicial

Investimento Inicial	Número	%
Menos de 5000	37	52.9
Entre 5000 e 10000	13	18.6
Entre 10000 e 50000	12	17.1
Acima de 50000	4	5.7
Total	66	66

Constata-se que os sectores onde o investimento inicial requer uma quantia mais avultada são os da indústria extractiva, comércio, construção e transportes. De notar que é

o sector de comércio, em que 25% dos inquiridos acusam um investimento entre 50000 e 100000 contos cabo-verdianos na fase inicial, que tem os investimentos mais avultados.

Quadro 10 - Distribuição do Investimento na Fase Inicial por Volume de Negócios

Ramo de Actividade	Volume de Negócios				Total
	<5000	5000<X<10000	10000<X<50000	X>50000	
Agricultura e Pesca	9	0	0	0	9
Indústria Extractiva	0	0	4	0	4
Indústria Transformadora	1	0	0	0	1
Construção	3	4	4	0	11
Transportes	0	0	4	0	4
Comércio	8	4	0	4	16
Reparação de Veículos e Motociclos	4	5	0	0	9
Hotelaria e restauração	4	0	0	0	4
Informática e Actividades Similares	4	0	0	0	4
Outros	4	0	0	0	4
Total	37	13	12	4	66

Para analisar o *posicionamento estratégico* das empresas foi solicitado aos inquiridos que avaliassem um conjunto de factores quanto ao seu grau de importância (irrelevante, pouco importante, importante e muito importante).

Verificou-se que o mais importante dos atributos foi *Melhor Qualidade do Produto/Serviço* com uma média de 3.68 e com apenas dois tipos de ponderações: 31.8% com importante e 68.2% com *muito importante*. O segundo atributo mais importante foi *Assegurar a Qualidade Necessária* com uma média de 3.50 mas com ponderações diversas: 6.1% dos inquiridos respondeu com uma ponderação pouco importante e 56.1% dos inquiridos considerava como sendo muito importante. O terceiro atributo mais apreciado pelos inquiridos foi *Especificações Únicas no Produto/Serviço* com uma média de 3.44, em que 6.1% dos inquiridos consideram este atributo como pouco importante e 50% consideram-no como sendo muito importante. O quarto atributo mais valorizado foi *Introdução Rápida de Produtos/Serviços no Mercado* com uma média de 3.38. O quinto e sexto atributos mais apreciados foram *Melhor Prazo de Entrega e Proximidade Geográfica*, com 3.26 e 3.08 de média, respectivamente. Finalmente, os dois atributos menos importantes foram *Preço mais Baixo e Ser Útil ao País*, com médias de 3.06 e 2.82, respectivamente.

Constata-se que o posicionamento estratégico de grande parte dos empresários é tipicamente de diferenciação do produto/serviço. Este posicionamento pode ser justificado devido ao facto de a mão-de-obra Cabo-verdiana ser relativamente barata pelo que as estratégias de diferenciação conseguem criar mais valor acrescentado.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DA CIDADE DA PRAIA

Os *empreendedores* da Cidade da Praia são, na sua maioria, do *género* masculino representando cerca de 67% dos inquiridos. No entanto, é necessário referir que as empresárias só estão presentes em três sectores de actividade enquanto os empresários do sexo masculino estão distribuídos por todos os sectores avaliados, com excepção da agricultura e pesca, conforme se representa no quadro 11.

Os empreendedores inquiridos apresentam uma idade média de 43 anos, sendo a mediana de 37 anos. De notar que a amplitude intervalar é relativamente ampla, compreendendo faixas etárias dos 22 até aos 70.

Quadro 11 - Género dos Empresários por Volume de Negócios

Ramo de Actividade	Género dos Empresários		Total
	Masculino	Feminino	
Agricultura e Pesca	0	9	9
Indústria Extractiva	4	0	4
Indústria Transformadora	1	0	1
Construção	11	0	11
Transportes	4	0	4
Comércio	16	0	16
Reparação de Veículos e Motociclos	5	4	9
Hotelaria e restauração	4	0	4
Informática e Actividades Similares	4	0	4
Outros	4	4	8
Total	53	17	70

No que diz respeito a *estado civil* dos empreendedores inquiridos, pode-se dizer que 41.4% dos empresários inquiridos eram casados, 28.6% eram solteiros, 18,6% eram divorciados e 11.4% eram viúvos.

Relativamente às *habilitações literárias*, verifica-se uma predominância de empresários com habilitações literárias a nível do ensino superior, representando quase 46 % dos inquiridos, secundado pelas habilitações a nível de ensino secundário e obrigatório, conforme se apresenta no quadro 12.

Quadro 12 - Habilitações Literárias e Género dos Empresários

Ramo de Actividade	Género dos Empresários		Total
	Masculino	Feminino	
Escolaridade Obrigatória	8	5	13
Ensino Secundário	12	4	17
Curso Médio/Profissional	9	0	9
Licenciatura/Mestrado/PhD	24	8	32
Total	53	17	70

Refira-se que a maior parte dos empresários não nasceu na cidade da praia. Cerca de 64% dos inquiridos nasceram noutras ilhas de Cabo Verde, sendo que 83% dos empresários inquiridos vive na capital Cabo-verdiana. Assim, tal como em muitos outros países, verifica-se um certo *brain-drain* interno em Cabo Verde.

Uma vez analisado como os empreendedores lidaram com o investimento inicial e como se financiaram, pretendeu-se avaliar como é que os empreendedores abordaram o *capital social da empresa*. Nesta circunstância, constatou-se que 17% dos inquiridos adquiriram 100% do capital social através de poupança pessoal e que apenas 5% deles adquiriram 100% do capital social através de empréstimos bancários.

A principal modalidade utilizada para fazer face ao capital social foi a poupança pessoal com uma média de cinquenta e três por cento. A segunda modalidade principal foi o recurso a empréstimos bancários que são responsáveis, em média, por 23% do capital social. O empréstimo de familiares é a terceira modalidade mais importante com uma média de 17%. Finalmente, as entradas em espécie ou bens pessoais foram responsáveis em média por 7% do capital social. De referir que os empréstimos de amigos não foram mencionados por nenhum empresário.

Como se representa no quadro 13, a *situação profissional anterior* era relativamente variada, com 49% dos inquiridos a expressar que eram trabalhadores por conta de outrem

antes de iniciarem a sua actual actividade empresarial. Os profissionais liberais encontram-se logo a seguir com 17% das respostas sendo seguidos pelos empresários em nome individual e pelos estudantes com 11.4% cada.

De notar que 41% dos inquiridos expressaram que não tinham qualquer *experiência anterior* como empresários. Dentro deste grupo verifica-se que a situação profissional anterior era bastante diversificada, sendo que 31% deles exerciam como trabalhadores por conta de outrem e 27.5% deles eram empresários noutra sociedade. O grupo dos inquiridos com experiência anterior como empresários representa 59% do total de inquiridos. Dentro deste grupo verifica-se que 61% eram trabalhadores por conta de outrem na altura de iniciarem a actual actividade empresarial e que 19.5% exerceram anteriormente como profissionais liberais e como estudantes.

Quadro 13 - Situação Profissional Anterior e Experiência como Empreendedor

Situação Profissional Anterior	Experiência como Empreendedor		Total
	Sim	Não	
Empresário(a) noutra Sociedade	0	8	8
Empresário em nome Individual	0	4	4
Profissional Liberal	8	4	12
Trabalhador por conta de Outrem	25	9	34
Estudante	8	0	8
Outra	0	4	4
Total	41	29	70

No que toca ao *género do(a) empresário(a)* e da sua experiência anterior como empreendedor(a), constata-se que há mais homens (86.2%) do que mulheres (13.8%) com experiência anterior em actividades empresariais antes de iniciar a actual actividade. No entanto, a percentagem diminui para 68% e 32%, respectivamente, quando a actividade profissional do(a) empresário(a) é exercida pela primeira vez, o que significa que há uma influência crescente dos elementos do sexo feminino na actividade empresarial cabo-verdiana.

Quanto ao *nível de satisfação com a situação profissional anterior*, verifica-se que 31.4% dos inquiridos manifestaram estar insatisfeitos enquanto os restantes 68.6% manifestaram que estavam satisfeitos com a situação profissional anterior. Imprevisivelmente, os resultados esperados eram opostos aos obtidos. Nesta circunstância, pode adiantar-se que uma grande parte das pessoas iniciou uma nova actividade empresarial não por insatisfação pessoal, mas pelo seu espírito empreendedor.

Relativamente ao *grau de parentesco entre os sócios*, verifica-se que a maioria dos sócios (58.6%) são familiares, sendo que os restantes 41.4% não utilizaram os familiares como sócios. Pode-se, assim, dizer que a maioria das empresas inquiridas são de índole familiar. Dos 41 casos de empresas familiares, constatou-se que em 20 casos o grau de parentesco mais frequente era entre irmãos, sendo seguido pelo marido/esposa em 13 casos e, finalmente, os pais e os cunhados, com 4 casos cada. No que respeita ao cruzamento de dados entre o número de sócios familiares e o montante de investimento, não se verificou qualquer padrão que relacionasse estas duas variáveis.

Em relação a exercício da *função de gestão* na sociedade, a grande maioria dos inquiridos (77.1%) responderam que exercem eles próprios a função de gestão. Dos que delegam essa função, constata-se que 75% delegam essa função numa pessoa de confiança e os restantes 25% delegam essa função em familiares. No entanto, quando se considera o género do(a) empresário(a) e o efectivo exercício da função de gestão verifica-se que 83% dos homens a exercem enquanto que apenas 13% das mulheres a exercem, o que é um claro

indicador da diferença de poder entre homens e mulheres entre os inquiridos.

Foi solicitado aos inquiridos que escolhessem as três **características mais importantes** dentro de um conjunto de características (Dinamismo, Relacionamento Humano, Capacidade de Decisão, Dedicção, Criatividade e Inovação, Capacidade Técnica, Capacidade de Organização ou outra que o empreendedor achasse importante) que identificasse as mais importantes para a actividade dos empreendedores. Verificou-se que a característica mais mencionada foi a *dedicação* com 58 vezes, sendo a seguir mencionada o *relacionamento humano* com 54 vezes. Em terceiro lugar foi mencionada a *capacidade técnica* com 50 vezes, à frente do *dinamismo* que foi mencionado 49 vezes. Em quinto lugar ficaram três características com 37 menções, a saber: a *capacidade de decisão*, a *criatividade/ inovação* e, finalmente, a *capacidade de organização*. Com alguma surpresa, nenhum inquirido especificou qualquer outra característica.

De forma a analisar a **percepção das motivações para a criação da empresa** foi solicitado aos inquiridos que valorizassem um conjunto de 7 variáveis utilizando uma escala Likert (com irrelevante: 1 e Muito importante: 4). A característica mais valorizada foi *ter autonomia e independência no trabalho* em que 66% dos inquiridos o consideram como importante e 29% como muito importante. A segunda característica mais importante foi *ganhar dinheiro* em que 43% dos inquiridos o consideram como importante e de 34% como muito importante. A terceira característica preferida dos inquiridos foi *desenvolver uma actividade interessante/motivante* em que 94% dos inquiridos o consideram como importante e de 6% como muito importante. A quarta característica mais valorizada pelos inquiridos foi *gosto em assumir novos desafios* em que 76% dos inquiridos o consideram como importante e de 11% como muito importante. A quinta característica mais apreciada foi *ser útil ao país* em que 36% dos inquiridos o consideram como importante e de 53% como pouco importante. A sexta característica mais valorizada pelos inquiridos foi *exercer cargo de chefia* em que 40% dos inquiridos o consideram como pouco importante e de 47% como importante. Finalmente, a característica menos apreciada foi o *instinto de autoconfiança* em que 64% dos inquiridos o consideram como pouco importante e de 24% como muito importante. De referir que a moda para as características *instinto de autoconfiança* e *ser útil ao país* foi pouco importante enquanto que para as restantes cinco características foi importante.

Finalmente, foi solicitado aos empreendedores, que indicassem qual a característica mais representativa das **dificuldades encontradas** aquando da abertura da empresa. Dado que se trata de questões abertas, foi necessário codificar as respostas. Foram obtidas 10 respostas diferentes, a saber: necessidade de recursos humanos qualificados, falta de equipamento produtivo, falta de apoio estatal, falta de espaço para instalar a empresa, dificuldade em escolher o ramo de actividade, falta de capital disponível, dificuldade em conseguir empréstimos bancários, dificuldade em encontrar novos clientes, acções da concorrência e falta de subsídios do Estado.

A principal dificuldade mencionada pelos empreendedores (23%) é *falta de capital disponível*, que aliada a *falta de subsídios do Estado* (5.7%) perfazem quase 30% das principais características mais representativas que dificultam as acções dos empreendedores. A terceira característica mais importante é a *dificuldade em encontrar novos clientes* com 18.6%. Claramente, ela está relacionada com a reduzida dimensão do mercado cabo-verdiano e com a dificuldade em conquistar o mercado e em alcançar uma dimensão crítica por parte da empresa. A quarta característica mais mencionada (17%) foi a *dificuldade em obter recursos humanos qualificados*. De notar que, houve seis características mencionadas por quatro vezes pelos inquiridos o que dá uma ideia da diversidade de dificuldades que é necessário ter em conta: *falta de equipamento produtivo*, *falta de apoio estatal*, *dificuldade em conseguir empréstimos bancários*, *falta de espaço para instalar a empresa*, *acções da concorrência* e *falta de subsídios do Estado*.

5. CONCLUSÕES GERAIS

Este estudo surgiu no sentido de tipificar as empresas criadas em Cabo Verde, particularmente na Cidade da Praia, bem como o perfil dos empreendedores que as criaram.

Este trabalho pretende assumir-se como um estudo exploratório com o fim de dar uma visão dos empresários e das empresas criadas na Cidade da Praia, Cabo Verde. Assim, é o ponto de partida para uma possível investigação mais aprofundada e alargada às restantes ilhas do arquipélago com vista a ter uma visão aprofundada deste fenómeno em Cabo Verde.

Do estudo efectuado deve destacar-se que a tipologia das empresas criadas variam em termos sectoriais sendo o sector com mais predominância o do comércio, constituída sob a forma jurídica de sociedade por quotas em que as pequenas empresas são tipicamente maioritárias.

A nível de tipologia das empresas verifica-se que:

- Há uma grande predominância de empresas do sector de comércio, sob a forma de sociedades por quotas e tendencialmente pequenas em termos de dimensão;
- A maior parte das empresas tem uma facturação muito limitada, isto é, menos de 5 mil contos cabo-verdianos, sendo o seu mercado muito limitado: maioritariamente a ilha de Santiago;
- O investimento feito pelos empreendedores foi na sua maioria inferior a 5 mil contos Cabo-verdianos. O seu financiamento foi feito com recurso ao capital dos sócios, o que implica a sua dimensão reduzida e uma quase ausência de capital alheio na constituição do capital da empresa;
- Os 3 factores mais importantes utilizados pelos empreendedores como ferramenta de diferenciação são: o preço, a qualidade do serviço/produto, a garantia da qualidade e as especificações únicas dos serviços/produtos.

Ao nível do perfil dos empreendedores, verifica-se que:

- São maioritariamente do género masculino, com uma média de idade de 43 anos, casados e com formação superior;
- A participação no capital da empresa foi feita com recurso a poupança pessoal, seguido de entrada em espécie de bens pessoais. Refira-se ainda que a maioria dos empreendedores participa na gestão da empresa;
- Trabalhavam, na sua maioria, por conta de outrem e estavam satisfeitos com o seu trabalho, mesmo assim enveredaram por um negócio próprio;
- As três características mais importantes mais mencionadas pelos empreendedores cabo-verdianos são: a dedicação, o relacionamento humano e a capacidade técnica;
- As principais motivações dos empreendedores cabo-verdianos são: a autonomia e independência no trabalho, o ganhar dinheiro e o desenvolvimento de uma actividade interessante e motivante;
- As principais dificuldades que enfrentaram no início da actividade empresarial são a falta de capital disponível, a aceitação do serviço/produto junto dos clientes e a falta do apoio do Estado.

Uma primeira conclusão genérica óbvia é que os empresários cabo-verdianos avaliados neste estudo têm os mesmos constrangimentos que os apresentados noutros estudos

do mundo desenvolvido, como os mencionados por Bloodgood *et al.* (1995).

Falta, agora, estender este estudo às restantes ilhas do arquipélago cabo-verdiano, de forma a complementá-lo e validá-lo para todo Cabo Verde.

De notar que este estudo apenas incidiu sobre as empresas já criadas, isto é, sobre empresas que são o resultado positivo de um processo árduo que envolve uma fase de pré-criação (estudo) e implementação. Nestas circunstâncias, acha-se igualmente importante a recomendação de estudos subsequentes de forma a avaliar os seguintes campos não abordados pelo presente estudo:

- O processo e criação de empresas,
- A fraca participação de empresárias;
- A influência das agências públicas e do Estado no empreendedorismo cabo-verdiano;
- Os mecanismos a introduzir no sistema de ensino, de forma a fomentar a atitude empreendedora;
- A relação ente sistemas de incentivos e o processo de criação de empresas;
- A identificação e análise dos principais factores que impedem a criação de empresas.

BIBLIOGRAFIA

- BIRD, B. (1993). *Demographic Approaches to Entrepreneurship: the Role of Experience and Background*. Em Katz, J. e Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth* (Vol. 1, pp. 11-47). London: Jai Press Inc.
- BLOODGOOD, J., SAPIENZA, H. e CARSRUD, A. (1995). *The Dynamics of New Business Start-ups: Person, Context, and Process*. Em Katz, J. e Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth* (Vol. 2, pp. 123-144). London: Jai Press Inc.
- BRAZEAL, D. e HERBERT, T. (1997). *Toward Conceptual Consistency in the Foundations of Entrepreneurship*. [Em Linha]. Disponível em <http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedingsII/97ics.txt>. [Consultado em 28/08/2004].
- CANTILLON, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Londres e Paris.
- DRUCKER, P. (1985). *The Discipline of Innovation*. Boston: Harvard Business Review.
- DRUCKER, P. (1987). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira.
- FILION, L. (1999). “Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários-gerentes de Pequenos Negócios”, *Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo*, Vol. 34., pp. 05-28.
- GONÇALVES, M. A. (2000). *O Empreendedorismo em Portugal*. Tese de Mestrado apresentada no Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa. Lisboa.
- GREEN, R., WILLIAMS, P. e KATS, J. (1998). *Trust as a Defining Characteristic of Entrepreneurs*. [Em Linha]. Disponível em <http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedingsII/98asb045.txt>. [Consultado em 28/08/2004].
- KATZ, R. (1974). “Skills of an Effective Administrator”, *Harvard Business Review*, Sep.-Oct., pp. 90-102.
- MCCLELLAND, D. (1961). *The Achieving Society*. New York: Princeton.
- MCCLELLAND, D. (1971). *The Achievement Motive in Economic Growth*. Em: KILBY, Peter. (Ed.) *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: The Free Press.
- MCCLELLAND, D. (1987). “Characteristics of Successful Entrepreneurs”, *Journal of Creative Behaviour*. Vol. 21, Nº 3, pp. 219-233.

- OECD (1998). *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OECD Publications.
- PINTO, E. S. (2004). *O Perfil Empreendedor dos Empresários da Cidade da Praia-Cabo Verde*. Dissertação de Licenciatura apresentada no Instituto Superior da Maia. Castelo da Maia.
- POUTSMA, E. (1997). *Scientists as Entrepreneurs: The importance of the Entrepreneurial Districts*. [Em Linha]. Disponível em <<http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedingsII/97ics242.txt>>. [Consultado em 28/08/2004].
- REITAN, B. (1997). *Where do we Learn that Entrepreneurship is Feasible, Desirable and/or Profitable?* [Em Linha]. Disponível em <<http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedingsII/97wds245a.txt>>. [Consultado em 28/08/2004].
- SCHULTZ, T. (1975). “The Value of the Ability to Deal with Disequilibria”, *Journal of Economic Literature*, Vol. 13, pp. 827-846.
- SCHULTZ, T. (1980). “Investment in Entrepreneurial Ability”, *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 82, pp. 437-448.
- STEVENSON, H. e GUMPERT, D. (1985). “The Heart of Entrepreneurship”, *Harvard Business Review*, Mar.Apr.
- SCHUMPETER, J. (1912). *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*. Verlag Dunker und Humbolt.
- ZACHARAKIS, A., REYNOLDS, P. e BYGRAVE, W. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: National Entrepreneurship Assessment*, Executive Report. Missouri: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.