

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA

Escola Superior de Educação

Mestrado em Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo

Dissertação de Mestrado

**Promoção do Empreendedorismo Feminino em
Santa Catarina de Santiago (Cabo Verde)**

Maria Melena Semedo Cabral

BEJA

2023

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA

Escola Superior de Educação

Curso de Mestrado em Desenvolvimento Comunitário

**Promoção do Empreendedorismo Feminino em
Santa Catarina de Santiago (Cabo Verde)**

Elaborado por:

Maria Melena Semedo Cabral

Orientado por:

Prof.^a Doutora Maria Cristina Campos de Sousa Faria

Beja

2023

Resumo

O presente trabalho centra-se no fenómeno do empreendedorismo feminino em Cabo Verde, Santa Catarina de Santiago. Escolheu-se esta temática porque, à semelhança do que acontece noutros âmbitos sociais e económicos, a presença feminina é inferior à presença masculina. Pretendeu-se com este estudo, compreender quais as motivações, as características e os obstáculos que as mulheres empreendedoras de Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde enfrentam e saber como é promovido o empreendedorismo feminino neste Concelho.

É um estudo de caso, de natureza quali-quantitativo, em que, para a recolha de dados, recorreu-se a técnicas de aplicação de entrevistas e de questionários (online, com recurso ao google-forms) a técnicos municipais e mulheres empreendedoras de Santa Catarina de Santiago.

Participaram deste estudo 20 mulheres empreendedoras de Santa Catarina, bem como os responsáveis camarários (vereadores e diretores de gabinetes de promoção do empreendedorismo e da incubadora municipal) e mulheres empreendedoras de outras comunidades que asseveram a urgência e a necessidade de melhores políticas, menos teóricas e mais assertivas.

A realização deste estudo permitiu-nos perceber que em Santa Catarina o empreendedorismo feminino surge como meio de empoderamento e autonomia de mulheres que não medem esforços para assegurar as condições básicas para suas famílias. Percebe-se que o empreendedorismo feminino se enquadra dentro de políticas nacionais que manifestamente propõem o combate ao desemprego, o empoderamento feminino e a emancipação das mulheres como motes.

Palavras Chaves: Mulheres empreendedoras, Competências Empreendedoras Empreendedorismo Feminino, Empoderamento da Mulher, Barreiras ao Empreendedorismo, Empreendedorismo Africano

Abstract

This work focuses on the phenomenon of female entrepreneurship, this theme has been chosen because, as in other social and economic areas, the female presence in this field of activity is clearly inferior to the male presence. Thus, it is intended with this study, to understand the motivations, characteristics and obstacles of women entrepreneurs in Santa Catarina de Santiago, Cape Verde and to know how female entrepreneurship is promoted in this municipality.

With regard to the history of entrepreneurship, we can see that the male sex has always predominated the area, so much so that most of the studies conducted on the subject were male entrepreneurs. Female entrepreneurship is a theme that only from a few years ago began to flourish.

However, the vast majority of studies found focus on comparisons between entrepreneurial men and women, as well as on the motivations that make women undertake and the difficulties and limitations they encounter when seeking to undertake.

However, this study is intended to help clarify some existing doubts about female entrepreneurship, particularly in Portugal, as well as complement other existing studies, also pointing out some lines for future investigations.

Keywords: *Female Entrepreneurship, Entrepreneurship, Difficulties.*

Índice	
Resumo	3
Abstract	4
Introdução.....	9
PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	12
1. Empreendedorismo e Empreendedor	12
1.1. Evolução Histórica	12
1.2. Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor	13
1.3. Características do empreendedor	17
Características de um empreendedor de sucesso	18
2. Barreiras ao Empreendedorismo	19
3. Relação entre os fenómenos: Empreendedorismo e o Desemprego	20
4. Empreendedorismo de oportunidade e de necessidade.....	21
5. Empreendedorismo Feminino	23
6. O Empreendedorismo por género	24
7. Contexto do Empreendedorismo Africano.....	26
7.1. Empreendedorismo em Cabo Verde	27
7.2. Empreendedorismo em Angola.....	28
8. Competências Empreendedoras.....	29
8.1. Tipologias de Competências Empreendedoras	30
9. Empoderamento Feminino	30
9.1. Empoderamento da Mulher	31
9.2. Motivações Femininas para Empreender	31
9.3. Perfil e Características de Mulheres Empreendedoras.....	32
10. A Importância do Empreendedorismo	34
PARTE II – ESTUDO EMPÍRICO	35
11. Metodologia.....	35
11.1. Problemática e sua contextualização	36
11.2. Caracterização de Cabo Verde	37
11.3. Caracterização da Ilha de Santiago.....	37
11.4. Questões e Objetivos	38
11.5. População e Amostra	39
11.6. Técnicas e Instrumentos de Recolha de Dados	40
11.7. Técnicas de Análise e Tratamento de Dados	44

12.	Apresentação dos Resultados	45
12.1.	Análises das Entrevistas (Poder Político)	45
12.2.	Síntese das Análise das Entrevistas	51
12.3.	Os questionários	52
12.4.	Análise dos resultados obtidos	55
12.5.	Breves considerações sobre os questionários	77
PARTE III- PROJETO DE INTERVENÇÃO: Ouro Azul		78
13.	Proposta de um Projeto de Intervenção	78
13.1.	Fundamentação do projeto de intervenção	78
13.2.	Designação do projeto de intervenção	79
13.3.	Objetivos	80
	Objetivo geral	80
	Objetivos específicos	80
13.4.	Profissionais envolvidos na dinamização e liderança do projeto	80
13.5.	Público alvo	81
13.6.	Planificação da intervenção	81
13.7.	Desenvolvimento sucinto das atividades do projeto	82
13.8.	Avaliação do projeto	82
CONSIDERAÇÕES FINAIS		83
APÊNDICES		93
	Apêndice 1 – Guião de entrevista	93
	Apêndice 2 – Os questionários	99

Índice de ilustrações

Figura 1 - Barreiras ao empreendedorismo	20
Figura 2 - Género dos inquiridos	55
Figura 3 - Profissão dos inquiridos	Error! Bookmark not defined.
Figura 4 - Localidade dos inquiridos	Error! Bookmark not defined.
Figura 5 - Perceção dos outros sobre o inquirido	57
Figura 6 - Capacidade de influência dos inquiridos	57
Figura 7 - Facilidade de adaptação	58
Figura 8 - Dinâmica e proatividade dos inquiridos.....	59
Figura 9 - Capacidade de gestão do tempo dos inquiridos.....	61
Figura 10 - Capacidade de assumir riscos e aproveitar oportunidades	63
Figura 11 - Capacidade de escuta e de se colocar na perspectiva do outro	66
Figura 12 - Valores dos inquiridos	66
Figura 13 - Disponibilidade para cumprir regras e manter a ordem.....	63
Figura 14 - Capacidade de resiliência dos inquiridos	64
Figura 15 - Atitude adotada perante as situações	67
Figura 16 - Perceção dos outros.....	68
Figura 17 - Capacidade de trabalho dos inquiridos	68
Figura 18 - Desejo de realização profissional dos inquiridos	69
Figura 19 - Autoinstruções positivas	65
Figura 20 - Oportunidades de investimento	72
Figura 21 - Capacidade de trabalho em equipa e colaboração	73
Figura 22 - Trabalho sob pressão/ tensão.....	74
Figura 23 - Tomada de atitudes arrojadas	60
Figura 24 - Capacidade de expressão e captação da atenção dos outros	60
Figura 25 - Hábito de adiar dos inquiridos.....	62
Figura 26 - Sentido de responsabilidade dos inquiridos	70
Figura 27 - Capacidade inovadora e criativa dos inquiridos	70
Figura 28 - Foco e determinação para tomada de decisões.....	74
Figura 29 - Aptidões para planear, coordenar e organizar empreendimentos.....	75
Figura 30 - Capacidade de desenvolver e adequar o empreendimento.....	76
Figura 31 - Importância do conhecimento e da formação técnica.....	77
Figura 32 - Capacidade de atenção aos pormenores.....	71
Figura 33 - Perspetivas de sucesso dos inquiridos.....	72

Índice de tabelas

Tabela 1 - Caraterísticas dos empreendedores	18
Tabela 2 - Quadro descritivo do questionário aplicado.....	42

Introdução

Há muito tempo que o termo Empreendedorismo tem sido objeto de estudo em diferentes campos do saber. Ultimamente tem figurado como temática prioritária, pelo fato de ser considerado como o “motor” essencial para o desenvolvimento económico e social de um país.

Além disso, podemos constatar que a geração de emprego e o crescimento económico, têm sido considerados como portas de entrada para o ciclo de disrupção económica e social em que se vive atualmente. Neste sentido, verifica-se que vários atores (tanto do setor público como do privado) têm procurado conciliar os esforços no fomento do empreendedorismo, por forma a criar uma nação empreendedora, onde cada elemento sabe exatamente qual o seu contributo e a sua importância no desenvolvimento do país.

Hoje em dia, sobretudo, as associações empresariais e as universidades têm vindo a promover iniciativas empresariais, como criação do seu próprio negócio para gerir o autoemprego, os governos estão cada vez mais engajados e dispostos a apoiar o Empreendedorismo e para que futuramente podemos contribuir para uma sociedade mais empreendedora.

Em Cabo Verde o interesse pelo tema do empreendedorismo surgiu tarde, apesar da predisposição natural manifestada pelo seu povo em empreender. As poucas condições naturais e a inexistência de recursos minerais, a constante e crescente tendência para a desertificação, todavia, o extenso mar que circunda todas as ilhas, o clima tropical seco, o sol e o vento amenos e convidativos, a misteriosa localização geográfica de Cabo Verde e a sua história de desenvolvimento, são elementos e fatores chave que conduziram o homem e a mulher Cabo-verdianos a encararem de forma abnegada e assertiva os desafios do empreendedorismo.

Reconhecendo esta realidade, tanto o governo de Cabo Verde como organizações supranacionais e internacionais, vêm apostando fortemente em iniciativas que proponham o empreendedorismo como ferramenta para o empoderamento jovem, com enfoque especial na mulher. Mormente, o empreendedorismo feminino, seguindo a ordem instituída a nível geral de empoderamento feminino, numa lógica de promoção de iguais oportunidades de emprego e empregabilidade, numa altura em que é

recorrente a temática da mulher, sua proteção e da lei de paridade e outras legislações que as protegem.

Apesar do exacerbado machismo verificado em Cabo Verde, que configura e atribui ao homem regalias específicas e especiais, e “direitos” dificilmente aplicáveis às mulheres, sobretudo quando se trata de empreendedorismo e de oportunidades para tal, mas também quando se trata de liderança governativa e empresariais, nota-se que ocorre neste momento um gradativo aumento de empreendimentos geridos superiormente por mulheres e departamentos estatais liderados por mulheres, com resultados bastante promissores, disseminando deste modo o fenómeno de feminização do mercado de trabalho. As mulheres dominam o mercado informal em Cabo Verde e, neste quesito particular elas manifestam uma grande habilidade e faro para os negócios, dantes visto como atividade tipicamente feminina.

O que se verifica neste momento, decorrente desta feminização do mercado, assistimos em Cabo Verde a um rompimento constante do conceito de trabalho para homens ou trabalho para as mulheres, visto que se tem verificado uma crescente presença do feminino, da mulher, num campo e domínio dantes dominado por homens. Por exemplo, ao nível da construção civil, destacando todas as subunidades a ela afetadas, da aviação, mormente no transporte de pessoas, passageiros e cargas, no desporto (futebol, por exemplo), na política e liderança governativa e em outros campos dominados por homens hoje a presença feminina é imprescindível e, em alguns casos, determinada por lei.

Apesar do tardio despertar para o empreendedorismo, o Governo de Cabo Verde teve a iniciativa de criar departamentos do estado para alavancar este fenómeno, criar e conduzir projetos inovadores de jovens que pretendem empreender e promove sempre concursos visando o financiamento de projetos inovadores, a vários níveis. Destaque especial para a criação da Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação – ADEI, que veio dar lugar à Pro-empresa, departamentos do estado vocacionados para a promoção do empreendedorismo.

Grande parte das ações e dos projetos destes departamentos são geridos pelas Camaras municipais que, neste quesito particular, surgem como verdadeiros agentes de propaganda, consultoria, mentoria e seguimento de projetos inovadores emanados de

jovens e, especialmente de mulheres. As camaras municipais surgem ainda como disseminadores de oportunidades de negócios e de empreendedorismo, numa iniciativa própria, almejando o empoderamento e o combate à pobreza, à discriminação. As camaras municipais são chamadas a promover a igualdade de oportunidades a fim de proporcionar uma maior e melhor inclusão, a geração de riqueza e a promoção feminina.

É neste quadro especial que o presente trabalho de investigação se enquadra. O seu objeto de estudo incide sobre o empreendedorismo feminino e as iniciativas levadas a cabo pela edilidade de Santa Catarina de Santiago. O enfoque do trabalho situa-se na expectativa colocada em perceber o que motiva as mulheres desta cidade do interior de Santiago em Cabo Verde a empreenderem. Quais os fatores/ forças motrizes que impulsionam o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago Cabo Verde é o seu objetivo maior.

Trata-se de um estudo qualitativo cujas estratégias de recolha de dados foram a realização de entrevistas a responsáveis da camara municipal para a promoção do empreendedorismo e a inclusão socioeconómica e a aplicação de inquéritos por questionários a um grupo de mulheres declaradamente empreendedoras de Santa Catarina.

Ele se encontra dividido em três grandes partes e, ao longo de cada uma destas partes, procuramos esclarecer a temática do empreendedorismo e conceptualiza-la à luz do que vários autores disseram sobre o assunto, contrapondo estes estudos com a realidade vigente, vivenciada no quotidiano.

Na primeira parte apresenta-se o enquadramento teórico e traz-se para a pesquisa os estudos realizados por diferentes autores e pensadores que se debateram com o tema. Na segunda parte, incide-se sobre o estudo empírico e são apresentados os resultados obtidos da recolha efetuada de dados. E, na terceira parte, apresenta-se uma proposta de projeto de intervenção, dentro do quadro de solicitações e de oportunidades que o próprio trabalho encerra em si.

PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. Empreendedorismo e Empreendedor

1.1. Evolução Histórica

Hoje em dia, fala-se muito do Empreendedorismo, nomeadamente as Associações Empresariais e Universidades, promovendo iniciativas empresariais e a criação de empresas. Os governos declaram a intenção de investir no Empreendedorismo, como forma de desenvolver uma cultura e uma sociedade empreendedoras (Pedro, 2009).

Segundo Sarkar (2010), apesar da palavra empreendedorismo ganhar bastante popularidade nos últimos tempos, é de referir que o conceito do mesmo é antigo e que tem sido utilizado com vários significados. A palavra empreendedorismo é derivada dos termos franceses entre e “*prendre*”, que traduzidos para português quer dizer estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor.

Apesar do Empreendedorismo apenas ser alvo de maior atenção nos últimos vinte anos, a verdade é que o espírito Empreendedor desde sempre acompanhou a história da humanidade, contribuindo para o crescimento e fortalecimento de uma cultura Empreendedora na sociedade. O estudo do Empreendedorismo iniciou no século XII, no entanto ganhou maior visibilidade no século XVIII ao ser estudado por economistas conceituados como Richard Cantillon, Jean Baptist Say e Joseph Schumpeter, que agregaram o Empreendedorismo à inovação e às forças direcionadas para o desenvolvimento da economia (Greatti, 2005).

Os autores, Caetano, Santos e Costa (2012: 1), também referem que «[o] empreendedorismo está na moda». Acrescentam ainda que esta palavra tem sido uma das mais reiteradas no vocabulário das últimas décadas por todo o mundo. De acordo ainda com os mesmos autores o Empreendedorismo tem sido apresentado como um forte instrumento na luta contra a crise instalada a nível económica, financeira e social.

1.2. Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor

Empreendedorismo

É uma categoria profissional crescente que surgiu como uma forma alternativa de criação do posto de trabalho e de inclusão social devido às grandes desigualdades sociais a que se assiste diariamente no mundo do trabalho. O empreendedorismo tem um leque muito diferenciado de interpretações, tendo, no entanto, alguns aspetos em comum a todos os autores, ligando-o à inovação ou criação.

Segundo Robbins (2001), o empreendedorismo é uma forma dos indivíduos procurarem oportunidades, organizando os recursos de que necessitam e, através da inovação, abrirem o seu próprio negócio, sem medo de assumir os seus riscos e possíveis recompensas, satisfazendo assim as suas necessidades e desejos.

Os diferentes conceitos e definições sobre o empreendedorismo não fazem distinção de género, uma vez que as características empreendedoras se encontram presentes tanto nos homens como nas mulheres, apesar de as primeiras definições serem maioritariamente dirigidas ao sexo masculino.

Estudos demonstram que existe um crescente aumento de mulheres empreendedoras nos últimos anos. Porém, comparar a participação de homens e mulheres no mundo do trabalho não é tarefa fácil. Murani (2003) afirma que o crescimento da participação das mulheres no mundo do trabalho é real, tendo, no entanto, vários percalços e constrangimentos ligados à desigualdade e à precariedade ainda sentida. Delors (1996, p.78) refere que “as desigualdades estão, de facto, na origem de inferioridades permanentes que pesam sobre as mulheres ao longo de toda a sua vida”.

Existem diversos estudos que avaliam a inserção das mulheres no trabalho independente, analisando as suas características e potenciais consequências do trabalho feminino. Relativamente às características psicológicas e comportamentais as mulheres empreendedoras possuem um grande desejo de independência e realização. Alguns estudos têm vindo a demonstrar que as mulheres abrem empresas por razões de desejo de realização e independência, por perceberem que existem oportunidades de mercado, possíveis dificuldades de progressão de carreira, necessidade de sobrevivência e como

forma de conciliar o trabalho e a família (Machado, V.H., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M.C., 2003).

O empreendedorismo representa um novo setor para atividade econômica feminina. São agora oferecidos novos mercados e perspectivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências. A flexibilidade relacionada com o trabalho é identificada como um fator encorajador adicional, especialmente para mulheres que necessitam desta flexibilidade no trabalho devido às suas responsabilidades para com a família” (Apergis & Economou, 2010 p. 371-387).

Para Schumpeter (2008) o Empreendedorismo é uma força que cria e destrói valor. E o Empreendedor é aquele que se dedica à criação de riqueza através da criação de um novo produto, serviço ou então acrescentar um novo valor ao produto já existente.

De acordo com Caetano et al. (2012), o Empreendedorismo é um processo cíclico que começa a partir da concepção de uma ideia com potencial de se tornar uma oportunidade de negócio, tornando-se mais tarde valor acrescentado para uma atividade econômica.

Segundo Shane, S., Locke, E.A., e Collins, C. (2003), empreendedorismo só é possível se existir independência. Para estes autores, a independência existe quando os sujeitos assumem responsabilidades das suas ações e opiniões em detrimento de seguir as diretrizes dos outros e deixar ser influenciado por outros.

Dornelas (2003, p.183) salienta que “empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”.

Intraempreendedorismo

Pinchot (1989) detetou que alguns indivíduos tinham comportamentos empreendedores, atuando como verdadeiros agentes de mudanças dentro do contexto organizacional. A estes indivíduos deu o nome de empreendedores intracorporativos, sendo na realidade indivíduos que considera serem sonhadores, que conseguem colocar na prática os seus sonhos e assumem a responsabilidade das suas ideias e invenções

dentro de uma organização. Para Pinchot (1989), o intraempreendedor tem características próprias, como ser um utopista visionário e um executor ávido por realizações.

Outros autores afirmam que vários trabalhadores acabaram por se tornarem empreendedores, passando de intraempreendedores que trabalham numa organização para empreendedores proprietários da sua própria empresa.

A diferença entre estes empresários e os empresários tradicionais é que tiveram a coragem de trocar a segurança de um emprego com um salário fixo por um negócio próprio com risco de insucesso, na busca de realização e independência.

Segundo Uriarte (2000), quando uma empresa possibilita ao trabalhador liberdade, incentivo e recursos, o intraempreendedor (ou empreendedor interno) consegue transformar uma ideia num produto de sucesso. Desta forma, não será necessário sair da empresa para se tornar num empreendedor de sucesso, desde que a empresa possibilite ferramentas para isso. Assim, os intraempreendedores são agentes muito importantes dentro das organizações, pois otimizam e dinamizam procedimentos internos mesmo quando as empresas são conservadoras e cheias de burocracias. O que mais caracteriza o intraempreendedor é ser ágil, pensar rapidamente, procurar constantemente soluções, inovações e para além de ter uma grande criatividade ainda estimula os outros.

Mello (2004) distingue empreendedor de intraempreendedor. Para este autor, o empreendedor inicia por conta própria um projeto com todos os seus possíveis riscos, enquanto o intraempreendedor tem a mesma iniciativa, mas dentro da organização já existente. Segundo Garcia (2005) o conceito de intraempreendedorismo emergiu somente há cerca de 30 anos nos Estados Unidos. Nessa altura os empreendedores eram vistos como responsáveis pelo aumento de capital, emprego e diferenciação na capacidade de lidar com problemas e orientar resultados.

Devida a esta conotação dos empreendedores, todos os líderes e diretores das empresas deveriam passar a promover dentro da organização uma conduta empreendedora que se espalhasse por todos os seus membros e colaboradores. Assim emergem profissionais chamados intraempreendedores, isto é, pessoas com uma conduta empreendedora, mas ligadas a uma organização.

David (2004) caracteriza os intraempreendedores como pessoas que necessitam de muita liberdade dentro de uma organização, que são orientados para as metas e são pessoas automotivadas, mas que também gostam de serem reconhecidas e recompensadas no seio da organização. Refere ainda que os intraempreendedores são persistentes, trabalham arduamente, mas não para obter algum tipo de vantagem ou mais dinheiro. Podemos então concluir que todos estes autores acima referenciados caracterizam os intraempreendedores como pessoas que trabalham imenso, transformam ideias inovadoras em sucessos, aproveitam os estímulos que as organizações lhes possibilitam e orientam-se para metas e resultados. Além disso, apurou-se ainda que os intraempreendedores acabam, por vezes, por se tornarem empreendedores, abrindo os seus próprios negócios.

Empreendedor

Tendo em conta a situação económica e social do país e do mundo, torna-se cada vez mais premente estudar o comportamento do empreendedor visto ser um potencial criador e impulsionador de novos negócios e empregos. O conceito de empreendedor encontra-se intimamente relacionado com a noção de empreendedorismo previamente referenciado, sendo, muitas vezes, concepções de difícil distinção.

Em 1934 Schumpeter lançou o conceito de empreendedor como sendo um inventor que para além de produzir ideias também as consegue colocar em prática. Considera o empreendedor como sendo um indivíduo inovador, que sabe aproveitar oportunidades, com capacidade de tomar atitudes intuitivas, sonhador, determinado e persistente, que procura a realização e o sucesso a qualquer custo.

Para Drucker (1986, p.27-28) o empreendedor é “aquele que começa o seu próprio e novo pequeno negócio, mas nem sempre todos os pequenos novos negócios são empreendedores”. Por outro lado, Filion (1999) considera que o empreendedor é imaginativo e capaz de criar cenários, sendo afinal um visionário que aproveita oportunidades para fazer do seu produto ou serviço um sucesso.

De acordo com Leite e Oliveira (2007), o empreendedor é um indivíduo que age autonomamente, ou como parte integrante de uma empresa, que concebe um novo empreendimento e que assume os riscos associados à sua introdução no mercado. Para além disso, consideram que o empreendedor é alguém que não está satisfeito e deseja

reconstruir algo novo. Atentam ainda que não podemos confundir um empreendedor com um empresário, pois não são sinónimos. O empresário é o indivíduo que gere a empresa, o que não implica que seja empreendedor.

O empreendedor é alguém muito apaixonado por riscos calculados, é “aquele que deteta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo riscos calculados” (Camargo, 2005, p.44). Assim, o empreendedor sabe avaliar e medir os riscos que poderão ocorrer, tentando sempre encontrar situações novas e projetos mais estimulantes. Por norma, o empreendedor não se prende a carreiras estáveis por conta de outrem, que podem ser encaradas como mais seguras, pelo contrário o empreendedor é influenciado pelos seus sonhos e objetivos de satisfação pessoal.

Em suma, o empreendedor é aquele que consegue identificar uma oportunidade e faz dela um negócio de sucesso, assumindo os riscos subjacentes, dedicando-se intensamente, criando novas oportunidades e contribuindo para o desenvolvimento económico e social. Em Portugal é, assim, de importância vital apostar em políticas que promovam o empreendedorismo para um aumento do número de negócios de sucesso, um aumento de criação de postos de trabalho e, conseqüentemente, um crescimento económico e social.

1.3. Características do empreendedor

É compreensivo referir que, pode um indivíduo ser oriundo de uma família de empreendedores, contudo esta mera condição não o faz empreendedor. Como referem Ferreira [et al.] (2009: 16), «apesar de ninguém nascer empreendedor, e de não haver um “perfil empreendedor”, é possível identificar alguns traços comuns aos empreendedores».

Na realidade não se nasce empreendedor, os empreendedores aprendem a sê-lo. Pode-se ensinar qualquer um a ser empreendedor, isto é, procurar oportunidades, reunir recursos e lançar uma empresa no mercado, ensinar talento às pessoas é o que não consegue. Uns vão sendo melhores, enquanto outros serão menos bons (Gaspar, 2010).

Por um lado, aquilo que realmente diferencia o empreendedor é, a sua vontade de criar a sua própria empresa (não importa aqui se essa vontade resulta da falta de alternativas profissionais ou de uma genuína motivação para ser empresário) e, por

outro, a sua capacidade para identificar oportunidades, reunir recursos e lançar uma nova empresa no mercado (Gaspar, 2010).

Além das motivações próprias, sobre a forma como querem dirigir a vida, há também fatores exógenos como de situação de desemprego ou a necessidade de ter fontes de rendimento complementares a conduzir ao empreendedorismo (Ferreira [et al.],2010),

Segundo ele, o empreendedor é definido em termos de comportamentos e atitudes, não de outras características inatas ou de traços de personalidade. Como acrescentam os mesmos autores, portanto não podemos prever quem tem características para ser empreendedor, mas podemos ver quais as características que temos e desenvolver/trabalhar as competências que ainda nos faltam para ser empreendedor.

Características dos Empreendedores(Fonte - Adaptado de Costa e Ribeiro (2008); Ferreira, Santos e Serra (2010), Sarkar (2010); Saraiva (2011)

Necessidade de ser independente e realizar	Assunção de riscos moderados	de Autoconfiança	Competências em relações humanas	Inteligência na execução
Dedicação à empresa	Criatividade e inovação	Persistência apesar do fracasso	Capacidade de trabalho e energia	Focalização na obtenção de resultados
Sentido de responsabilidade	Percepção das probabilidades de êxito	das Preferência por riscos controlados	Orientação para o futuro	Facilidade de organização
Procura de informação	Perícia e uso de estratégia de influência	Perseverantes	Facilidade de adaptação	Capacidade de inovação

TABELA 1 - CARATERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Características de um empreendedor de sucesso

Para Werner Kugelmeier, o empreendedor caracteriza-se por três diferenciais: “ele ousa na hora de fixar objetivos e tomar iniciativas, envolve pessoas para buscar soluções criativas e inovadoras e “move montanhas para atravessar a distância entre objetivo e resultado”.

Na visão de Werner, o empreendedorismo demanda visão estratégica, foco em resultados, gestão de pessoas, orientação para o cliente, comunicação eficaz e flexibilidade intercultural. No exercício da sua atividade empreendedora, um gestor empreendedor deve ser visionário e inovador, deve possuir grande capacidade de execução e liderança, deve assumir riscos com coragem. Tudo isto são características que demandam e enformam seu perfil como pessoa que deseja transformar sonhos em soluções, assentes em valores éticos e compromisso social. Isto porque, segundo este teórico, a nossa própria vida se assemelha a um empreendimento, desde logo quando assumimos papéis sociais e familiares de pais e/ou de filhos, passando por outros papéis profissionais que definem o empreendedor associado a profissionais liberais, autônomos, proprietários de negócios próprios e líderes empresariais.

Segundo ele, o espírito empreendedor exige elevado grau de atração pelo desafio, autoconfiança, determinação, senso de urgência, objetividade, estabilidade emocional, autocontrole, realismo, preferência por ter autoridade e responsabilidades, capacidade analítica e boa saúde. Doravante os traços de personalidade apresentados, emanam ainda do perfil de um empreendedor, outros traços importantes:

- Sabe transformar ideias boas em negócio bom, sob pressão
- Consegue escolher entre várias alternativas com foco, decisão e responsabilidade
- Conhece profundamente o que faz e aprende continuamente o que lhe falta;
- Tem “visão helicóptero”, sempre visionando vários cenários alternativos: pior, provável e melhor
- Cria equipes, delegar, acreditar nos outros, obter resultado por meio de outros;
- Lidera, definindo objetivos, direcionando esforços e dirigindo harmonia equipe x trabalho.
- Vê "fracassos" como oportunidades de aprendizagem;

2. Barreiras ao Empreendedorismo

Numa economia em que existe dificuldades em entrar no mercado de trabalho, devido a uma maior oferta de trabalhadores, a necessidade de lidar com a remoção das barreiras que afetam a decisão de um indivíduo desempregado para iniciar um negócio tornou-se um foco significativo. Porque, o autoemprego oferece uma alternativa ao emprego por conta de outrem, algum, obstáculo que impede os desempregados e não só

de considerar começar um negócio como uma opção viável deve ser investigado (Hatala, 2005).

Na verdade, a ideia do empreendedorismo sempre foi, teoricamente, elogiada, mas na prática existem inúmeras barreiras que impedem os potenciais empresários de entrar no mercado de negócios, ou quando finalmente entram, conduzem seus negócios ao fracasso (Raeesi, Dastranj, Sahar & Rasouli, 2013). Como destaca Cruz (2003: 23), «o fracasso é um resultado natural para quem corre riscos e para quem demonstra iniciativa».

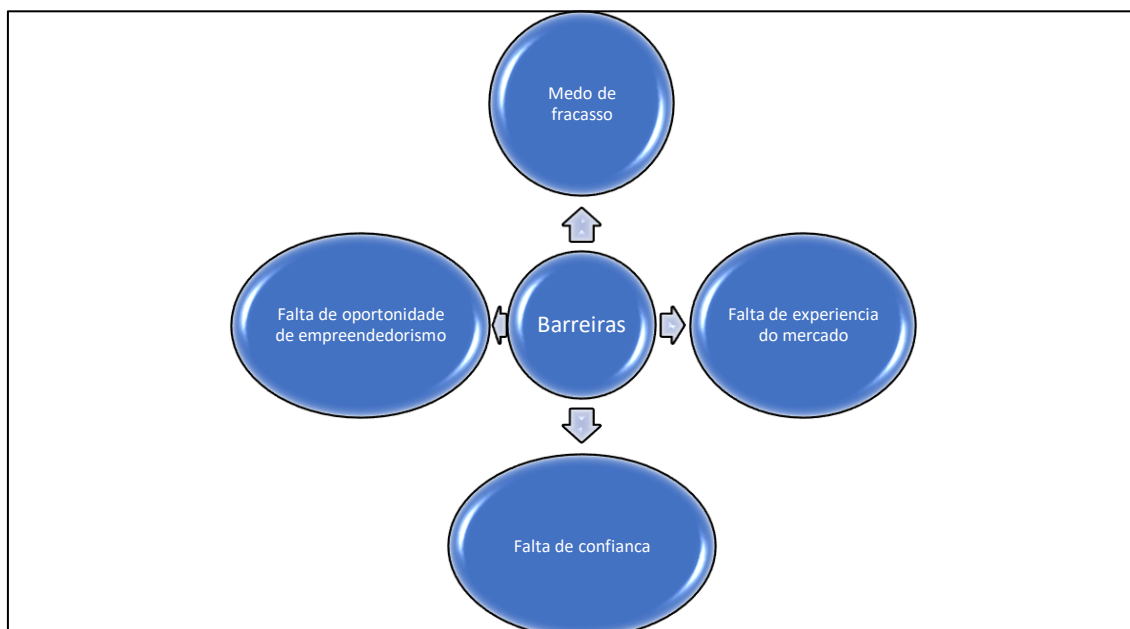


FIGURA 1 - BARREIRAS AO EMPREENDEDORISMO

3. Relação entre os fenômenos: Empreendedorismo e o Desemprego

O desemprego é um fenômeno complexo e numerosas estatísticas têm sido utilizadas para analisar os seus determinantes. Todavia, um dos fatores mais importantes que determinam o empreendedorismo é assumido por muitos autores pelo desemprego (Remeikienė & Startienė, 2008).

Uma ideia que importa reter é que elevado nível de desemprego é causado pela crise económica e financeira. Quanto a Portugal, ao contrário do que passou em anos anteriores, com a crise o desemprego elevou-se comparativamente com outros países União Europeia (UE). A recessão agravou ainda a situação dos grupos populacionais

mais vulneráveis: os desempregados de longa duração e os jovens (Louçã & Caldas, 2009).

De acordo com o relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2012) é necessário sublinhar que a crise provocou, nos países em desenvolvimento um ritmo crescimento económico mais lento devido às relações comerciais e de investimento com os países industrializados. Importa ainda acrescentar que, de acordo o mesmo relatório a crise tornou as perspectivas de crescimento futuras mais incertas porque o investimento direto estrangeiro, o acesso aos mercados financeiros e a ajuda pública ao desenvolvimento estão agora mais limitados do que antes da crise.

O conceito de empreendedorismo é abrangente engloba a criação de valor, inovação o autoemprego e a criação de nova empresa. Autoemprego ou trabalho por conta própria, ou ainda trabalho independente (Freire, 1994), refere-se a pessoas que fornecem emprego para si mesmos como os proprietários do negócio (Remeikienė & Startienė, 2008).

O setor das pequenas empresas, e, portanto, autoemprego, tornou-se cada vez mais importante para as economias modernas da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), na tentativa de gerar crescimento económico e do emprego.

4. Empreendedorismo de oportunidade e de necessidade

Existem vários motivos que induzem o indivíduo a enveredar pelo empreendedorismo, criando o seu próprio negócio. Para Deli (2011), a criação de novas organizações por empreendedores depende de muitos parâmetros como características pessoais, ou condições existentes. É necessário sublinhar que, as motivações para empreender incluem a perceção de uma oportunidade de mercado ou uma ideia inovadora, de modo que o empreendedor pesquisa para novas soluções ou melhores do que os indicados no ambiente real.

O empreendedor também pode reconhecer uma rede existente que ele pode tentar explorar. Essas redes podem conter clientes iniciais ou fornecer capacidades de produção, o que ajuda a garantir ordens de mercado (Caliendo & Kritikos, 2009).

As verdadeiras motivações, ao contrário do que frequentemente se pensa, que geralmente levam a um determinado empreendedor a arrancar com um novo projeto, raramente são orientadas por objetivos de lucro ou enriquecimento pessoal no curto prazo, um empreendedor auferir muito pouco rendimento nos primeiros anos de lançamento do projeto, sendo que, só mais tarde, vai poder, se tudo correr bem, auferir de alguma compensação financeira significativa (Saraiva, 2011).

Importa ainda acrescentar que, as motivações dizem respeito a independência, reconhecimento, autorrealização, necessidade de crescimento pessoal, profissional ou incentivos financeiros, necessidade de uma alternativa mais desafiadora em relação à atividade habitual, necessidade de aumentar os rendimentos, necessidade de diversificação para reduzir risco, necessidade de segurança (Rolo, 2008; Caliendo & Kritikos, 2009).

Estudos evidenciam que aquilo que mais motiva os empreendedores, quando decidem concretizar novos projetos, são alternamente desígnios: mostrar que são capazes de implementar os projetos sonhadores, existência de uma oportunidade considerada interessante, sonho acalentado desde longa data, dificuldades em encontrar emprego por conta de terceiros, vontade de reforçar níveis de autonomia/independência, mecanismo de encontrar alternativa face a problemas identificados num emprego por conta de outrem, desejo de arriscar na implementação de um novo projeto e o contributo para o meio envolvente, incluindo a respetiva sociedade (Saraiva, 2011).

Em sentido semelhante, há quem se veja arrastado pelas circunstâncias e ouse criar uma empresa, não por identificar a designada janela de oportunidade de negócio, mas sobretudo por necessidade. E ainda, estes agentes do empreendedorismo por necessidade, porque estão no desemprego, empregos inadequados ou por causa da oportunidade limitada no seu setor de trabalho, vêm-se sem alternativas mais favoráveis para a sua sobrevivência (Baptista [et al.], 2008) ; Deli (2011).

Nesta linha de compreensão, para os autores Ferreira [et al.] (2010), a necessidade leva alguns empreendedores a constituírem a sua própria empresa, não por considerarem que existe uma oportunidade que pode ser aproveitada, mas antes porque têm a necessidade de o fazer. Importa realçar de acordo com os mesmos autores que,

esta necessidade pode estar relacionada com o estarem desempregados, vindo no empreendedorismo alternativa à falta de um emprego.

5. Empreendedorismo Feminino

Segundo Matos & Gitahy (2008) citado por Cristina Simões afirma que a mulher no século XX deixou em parte seu único papel na sociedade como mulher, mãe e filha, e passou a questionar seu destino e a buscar seu espaço na sociedade. Com esta mudança de identidade o mercado de trabalho passou a absorver mão de obra feminina, algumas até mais qualificada que a dos homens. A mulher se tornou protagonista de sua história através do trabalho.

Amorim e Batista (2010) citados por Cristina Simões destacam que o empreendedorismo feminino surgiu da movimentação feminina no mercado de trabalho e na vida familiar, na difícil conciliação apertada entre família e trabalho. Da crise surgem novas oportunidades para a mulher exercer o seu papel entre o cuidado da família, geração de renda e o sonho da carreira.

Boaventura (2010) citado por Cristina Simões afirma que a mulher a cada dia estabelece sua posição firme na economia, sua cosmovisão ajuda na identificação de novas oportunidades, na busca por opções positivas na resolução de problemas e na capacidade em assumir riscos como se exige de todos os empreendedores.

Na Europa, países como Alemanha e Dinamarca destacam-se como exemplos ao empreendedorismo feminino, a cada três negócios criados um é criado por mulher, já em França um em cada quatro (Allen & Truman, 1993).

Relatórios da OECD informam que há um crescimento na percepção da taxa de empresas criadas por mulheres na ordem de 1,5 maior que de homens (OECD, 1998). Sobrevivência, descontentamento com lideranças masculinas, percepção de oportunidades de negócios, vontade de criar seu próprio negócio, busca de novos desafios, esses são alguns motivos que levam mulheres a tomar a iniciativa de criar seu próprio negócio (Anderson & Woodcock, 1996) citado por Cristina

Takahashi (2005) fala de um perfil preponderante no empreendedorismo feminino, geralmente na faixa etária de 35 a 50 anos, estado civil casada, na grande

maioria mãe, grau elevado de escolaridade, investem pouco no capital social e optam por criar pequenas empresas, mesmo com larga experiência na área em que vão atuar.

Porém Minniti e Nardone (2007) argumentam que idade, experiência na área, grau de escolaridade não tem grande relevância na decisão de abrir um negócio próprio.

6. O Empreendedorismo por gênero

“O gênero e o empreendedorismo são duas áreas temáticas que, dentro das ciências humanas, se podem unir numa permanente, e recíproca conjugação, para demonstrar como as relações de gênero se inserem no contexto empreendedor. Historicamente as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário administrativo e de articular a vida no trabalho são diferentes para homens e mulheres” (Freire, D.A., Corrêa, R. & Ribeiro, H.C., 2011, p. 20).

O interesse em conhecer os aspectos intrínsecos ao comportamento da mulher empreendedora foi despoletado há já alguns anos por diversos autores. Gosselin e Grisé (1990) realizaram um estudo chamado “Estão as mulheres empreendedoras desafiando as nossas definições de empreendedorismo?”

Este estudo contou com a colaboração de 400 mulheres empreendedoras que responderam a um questionário, explorando as suas características enquanto empresárias, as suas experiências anteriores e a visão de futuro para as suas empresas, entre outras questões. Os autores concluíram que para as mulheres é muito importante a existência de um modelo de negócio pequeno e com alguma estabilidade. Verificaram, ainda, que as mulheres com estudos não reconheciam a fase empreendedora como algo de transitório nas suas vidas e que procuravam constantemente o reconhecimento do seu trabalho.

Moore e Buttner (1997) afirmam que as mulheres não medem o sucesso apenas através dos resultados financeiros das suas empresas, mas através da realização pessoal conseguida pela satisfação dos empregados. Posteriormente, O’Meally (2000) procurou verificar a educação, os ensinamentos e os valores sociais da mulher empreendedora. Assim, verificou que nos EUA as mulheres iniciavam as atividades comerciais duas vezes mais depressa que os homens.

Machado (1999) no seu artigo “Tendências do comportamento de gestão da mulher empreendedora” estudou as principais características de gestão adotadas pelas mulheres empreendedoras e concluiu que as mulheres têm uma tendência de gestão para: ter objetivos claros, manter uma estrutura simples e ter um comportamento estratégico inovador. Verificou, ainda que as mulheres empreendedoras têm um estilo de gestão do género cooperativo de liderança e dão muita importância à qualidade. Apurou que as empreendedoras tentam satisfazer todos os colaboradores, como se tomassem conta deles.

Existem mais algumas diferenças entre os géneros apontadas por Hisrich (2004) no que respeita o processo inicial de um negócio. Apesar de ambos os sexos terem interesse e alguma experiência no seu negócio, os homens normalmente iniciam um negócio relacionado com o seu emprego anterior ou complementar ao ramo precedente. Contrariamente, as mulheres empreendedoras abandonam a antiga ocupação com um possível sentimento de frustração e passa assim a ser uma busca pessoal e não apenas profissional.

Relativamente a grupos de apoio, as mulheres identificam o marido como sendo a primeira pessoa de apoio, depois os amigos e, finalmente, os envolvidos no negócio. Já os homens identificam como sendo a primeira opção os conselheiros externos como advogados ou contabilistas e, só depois, a esposa. Este tipo de escolha revela que os homens empreendedores têm menos confiança em aconselhamento familiar, sendo este o tipo de aconselhamento e apoio onde deveriam obter maior lealdade. A maioria das mulheres empreendedoras estão na faixa etária dos 35 a 40 anos quando iniciam o seu projeto empreendedor, sendo um pouco mais tardio dos que os homens. Este facto poderá dever-se à família e filhos.

Novos estudos mostram que as mulheres não tendem a ser tão obsessivas com a carreira como os homens, porque têm outras prioridades igualmente importantes. De acordo com um estudo efetuado por Guvenen, F., Kuruscu, B. e Ozkan, S. (2009), publicado pelo National Bureau of Economic Research (ONG americana que efetua pesquisas na área da economia), entre os trabalhadores com níveis superiores de educação, as mulheres têm salários mais baixos por trabalharem menos horas e interromperem a carreira mais vezes por causa da família.

7. Contexto do Empreendedorismo Africano

África apresenta taxas elevadíssimas de atividade empreendedora, ao nível do mais alto que se encontra no mundo, mas, apesar disso, o empreendedorismo parece não ter em África o mesmo efeito sobre o desenvolvimento económico que se pode observar nos países mais avançados.

Mas, mais inesperado ainda, é que o empreendedorismo de oportunidade, aquele que comprovadamente maior impacto tem sobre o desenvolvimento económico, é reiteradamente reportado como dominante no contexto do empreendedorismo africano, e sobretudo na última década, sem que isso esteja a ter uma influência determinante na região.

Porém, consta-se que o empreendedorismo africano é atualmente, um empreendedorismo de sobrevivência, dadas as vicissitudes do processo histórico que impediu este continente, com poucas exceções, de aceder a infraestruturas científicas e tecnológicas que o suportem convenientemente.

Fonseca-Statter (2008), afirma que em África “quando se procura fazer uma reflexão sobre a natureza e origem da empresa enquanto eventual motor do processo de desenvolvimento, somos forçados a considerar uma abordagem que leva necessariamente em linha de conta a perspetiva histórica concreta da criação destas ou daquelas empresas, assim como do seu relacionamento com o papel regulador do Estado”.

Recentemente, a diáspora africana começou a desempenhar um papel positivo criando iniciativas empreendedoras de maior valor acrescentado através do desenvolvimento de redes transfronteiriças. Esta nova geração de pessoas que estudaram fora do continente e que criaram fortes ligações internacionais tem uma perspetiva global do desenvolvimento de negócios e segue uma lógica de construção de redes de empreendedores de âmbito nacional, regional e pan-africano (McDade & Spring, 2005).

Na mais recente compilação homónima sobre empreendedorismo africano, Dana et al. (2018, p. 1) clarifica que “os empreendedores em África desenvolvem as suas

iniciativas empresariais no intuito de construir recursos que tenham potencial de ganhos futuros”.

Para que esses recursos possam ser construídos, é necessária flexibilidade no processo de gestão das oportunidades de mercado e uma compreensão do risco que esses empreendedores frequentemente não têm (Ratten & Jones, 2018).

Entre os fatores que desempenham um papel significativo no status quo do empreendedorismo africano, Dana et al. (2018) refere os seguintes: extremas desigualdades de rendimento; enorme diversidade cultural, linguística e étnica; pesado legado colonial; fortes desequilíbrios políticos; significativa diversidade climática; estruturas sociais fortemente autoritárias e hierarquizadas; elevado controlo governamental sobre a economia; esmagadora burocracia; excessiva quantidade de empresas públicas; falta de empresas privadas de grande dimensão; exponencial desemprego jovem; insignificante oferta de cursos de gestão e de empreendedorismo; baixa valorização social do empreendedorismo; e fracas instituições⁴ da sociedade civil.

África tem uma das taxas de intenção empreendedora mais altas do mundo, mas ainda não conseguiu transformar este desejo latente num volume sustentável e robusto de efetiva atividade empreendedora orientada para oportunidades de mercado (Reid et al., 2015)

7.1. Empreendedorismo em Cabo Verde

O empreendedorismo, hoje em dia, tem sido palavra de ordem e termo recorrente em diversos discursos políticos e visto como meio para assegurar o empoderamento e a fuga ao desemprego e meio para combate à pobreza. Atualmente existem várias incubadoras de emprego e existe uma incubadora de negócios instalada na Câmara Municipal de Santa Catarina de Santiago.

Segundo a AJEC, em Cabo Verde o conceito de empreendedorismo merece ser alvo de reflexão, tendo em consideração diversas dimensões: (i) a existência de alta taxa de desemprego; (ii) a necessidade de densificação do tecido empresarial; (iii) a melhoria da economia real; (iv) o aumento da competitividade; (v) a preocupação

existente com a criação de empresas; e (vi) a alta taxa de mortalidade das empresas existentes no país.

Não obstante as alusões e os discursos produzidos, segundo Dias e Levy (2010)*apud* Orrico (tese de doutoramento, 2015), até agora não foi realizado nenhum estudo sobre empreendedorismo em Cabo Verde, porque o mesmo não consta da lista dos países considerados Empreendedores. No entanto, em 2010, fez-se uma simulação sobre o nível das condições do Empreendedorismo em Cabo Verde, com base na metodologia do estudo da Global Entrepreneurship Monitor [(GEM) Orrico, 2015].

7.2. Empreendedorismo em Angola

De acordo com Porter et al. (2002), a esmagadora maioria dos países em vias de desenvolvimento encontra-se na categoria de factor-driven economies, ou seja, economias baseadas em recursos naturais, sejam eles hidrocarbonetos com elevado valor de mercado ou simplesmente terra arável.

Nestas economias, verifica-se essencialmente um empreendedorismo “de sobrevivência”, uma vez que a base de recursos (tecnológicos) à disposição dos empreendedores não é suficiente para gerar oportunidades de negócio.

Por força destas circunstâncias, e de fatores contextuais, políticos e culturais cuja análise será efetuada nos pontos seguintes, tem-se vindo a generalizar em África, desde meados do século XX, a chamada “economia informal”, ou seja, uma preponderância de microempresas unipessoais que nunca chegam a formalizar a sua existência nem a sua atividade económica (Ellis & Fauré, 1995).

No entanto, existe também, e desde o século XIX, uma base empresarial formal em África, distinta do mero mercantilismo tradicional, muito dele nómada ou quase-nómada e oriundo do Magreb ou dos territórios do Sahara. Esse empreendedorismo não logrou, todavia, uma evolução semelhante à que se verificou na Europa, Estados Unidos ou mesmo na Ásia durante o século XX pois o legado histórico colonial assentou na exploração de matérias-primas e não no desenvolvimento de um verdadeiro capitalismo industrial assente no investimento.

Na tentativa de recuperar o tempo perdido, e sob influência de uma ancestral tradição política e económica centralista e de doutrinas de inspiração marxista ou afim,

muitos governos africanos tentaram acelerar este processo pela criação de empresas públicas de grande dimensão que não só dificultaram o estabelecimento de um empreendedorismo indígena ou mesmo estrangeiro, como criaram sobre estes um anátema que ainda hoje persiste em muitos países do continente (Spring & McDade, 1998).

Carvalho (1984), citado por Henriques (1996, p.56) refere que, no final do século XIX, ainda prevalecem, no nordeste de Angola, circuitos comerciais africanos baseados no tráfico de escravos, totalmente fora do controlo português. Este importante facto histórico para a compreensão da génese da iniciativa empreendedora em Angola, centrada no comércio, é também salientado por Birmingham (2015).

Entretanto não subsistem, portanto, dúvidas sobre a emergência de um empreendedorismo em Angola durante a segunda metade do século XIX nem sobre o carácter moderno dos empreendedores dessa época. “Esses homens que dirigem «empresas» comerciais, organizam os diferentes fatores de produção [...] inventado soluções e produções de forma a responder a solicitações exteriores, constituem as primeiras formas de empresariado africano [...] põem em evidência o dinamismo, a flexibilidade, a vontade e a capacidade de modernização das sociedades africanas” (Henriques, 1996, pp.64-65).

8. Competências Empreendedoras

Segundo Antonello (2005), competência empreendedora pode ser definida como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que viabilizam a um indivíduo imprimir sua visão, estratégias e ações na criação de valor (tangíveis ou intangíveis) para a sociedade. Assim, o conceito de competência empreendedora está mais próximo dos conceitos de competências individuais, muito embora a primeira já tenha, na literatura, um corpo teórico próprio.

Essa junção de competências com ações empreendedoras levou à criação do conceito de competência empreendedora definido por Snell e Lau (1994), citado em Cadernos Ebape consiste em corpo de conhecimento, área ou habilidade, qualidades pessoais ou características, atitudes ou visões, motivações ou direcionamentos que, de diferentes formas, podem contribuir para o pensamento ou ação efetiva do negócio. Para esses autores, a arte de criar e gerenciar um pequeno negócio está relacionada ao

plano de vida do empreendedor, aos valores e à sua característica pessoal e isso é refletido na amplitude desta definição.

Dentro do tema de competência empreendedora, alguns autores têm se preocupado em criar tipologias ou modelos que possibilitem a identificação, por parte dos pesquisadores, de conhecimentos, habilidades, atitudes, enfim, de competências necessárias ao desenvolvimento de suas atividades. Entre eles, dois trabalhos foram identificados na literatura: o de Cooley (1990) e o de Man e Lau (2000).

8.1. Tipologias de Competências Empreendedoras

A classificação de Cooley (1990), voltada para os empreendedores, foi revista e adaptada do modelo de competências de McClelland e contém uma lista com 10 competências empreendedoras, a saber: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; assunção de riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

9. Empoderamento Feminino

O termo empoderamento feminino aparece no século XIX como um movimento filosófico, social e político, atualmente o termo é reconhecido em grandes centros ou rodas de intelectuais, escolas, casas de família e especialmente no ambiente de trabalho. O empoderamento feminino, trouxe direitos antes negados ao então, sexo frágil, depois de muita luta das mulheres na história (Barbosa et al., 2019).

Segundo afirma Beauvoir (1970) a opinião das mulheres não tinha valor na sociedade e havia uma diferença no tratamento principalmente em entrevistas de emprego. No mercado de trabalho muitas vezes as vagas são divididas em gêneros, de acordo com a função a ser exercida e com a habilidade necessária para tal.

Ao meu ver e corroborando da intenção de Simone Beauvoir, considero que nós as mulheres só podemos ser empoderadas a partir do momento que passamos a confiar na nossa pessoa, ou seja, ter autoestima e autoconfiança, porque se não acreditamos no que somos capazes de fazer ninguém acredita, é preciso ser forte perspicaz para

alcançar metas e sonhos, porém hoje em dia as mulheres lutam pelos seus direitos e poder de decisão, já agora queremos pertencer e ter o mesmo espaço que os Homens.

Já dizia Bourdieu (2019) apud Santos *et al*, que essa injustiça com as mulheres ocorre pela construção social e biológica, na sociedade em que o homem tem mais autoridade, enquanto a mulher acaba se submetendo ao que lhe foi imposto. Para a mulher, o trabalho não é apenas um meio de subsistência, mas também uma forma de autorrealização e liberdade, principalmente financeira, onde elas podem alcançar status na sociedade, e assim obter os capitais simbólico e financeiro.

9.1. Empoderamento da Mulher

Segundo Casimiro (2010, p. 15) citado por Samuel Lino “as mulheres relacionam-se com o poder de múltiplas maneiras e a sua experiência revela que o poder pode ser uma fonte de opressão no seu abuso e uma fonte de emancipação no seu uso”. Neste caso, a perspectiva feminista da palavra “poder” é a da emancipação, isto é, a luta da mulher era alcançar o poder de decidir ou participar na tomada de decisões na sociedade.

Entretanto, quando as mulheres se tornam empoderadas é uma forma de dizer que estão mais confiantes e que a sua autoestima fala por si só e que são capazes de estar em meios diferentes do que estão acostumadas. Tendo seus próprios negócios elas sentem-se motivada para tomar decisões seja no âmbito económico, social ou cultural, pois Casimiro (2010) justifica que a mulher:

Casimiro (2010), assegura, no seu estudo que ao realizar atividades fora do agregado familiar, as mulheres podem ir adquirindo margens de autonomia que lhes permitam dar sentido às suas condutas e as relações sociais em que se inserem. A sua incorporação no mercado de trabalho, estruturado ou não, permite estabelecer uma nova relação com o social, oferecendo-lhes uma base para a sua valorização individual e social, a possibilidade de maior protagonismo nas instâncias de tomada de decisão o que não acontece, a maior parte das vezes, com o trabalho doméstico (Casimiro, 2010).

9.2. Motivações Femininas para Empreender

O empreendedorismo feminino encontra-se ainda numa fase rudimentar, e ainda pouco investigado, nomeadamente no que se refere às motivações para empreender.

Dinis e Helms (2000)*apud* Martinho (2012), com base numa pesquisa qualitativa concluem que as principais motivações que levam as mulheres a empreender são as motivações por necessidade nomeadamente, necessidades do foro financeiro e o facto de algumas delas se sentirem discriminadas no seu local de trabalho. Todavia, a motivação revela-se persuadida por fatores ambientais, o que faz com que, a maior parte das vezes, o contexto determine a origem dessa motivação (Martinho, 2012).

Como por exemplo, a diferença entre estudos realizados com mulheres empreendedoras em países diferentes, como nos Estados Unidos da América, Reino Unido e Dinamarca, as motivações estão fundamentalmente ligadas ao empreendedorismo por oportunidade, apesar de ser também estimulado pela necessidade de conciliar trabalho e família, e estudos idênticos, realizados com mulheres empreendedoras da Polónia, Lituânia e Ucrânia, que assinalam o desemprego e a falta de perspectivas como fatores decisivos na decisão de empreender, remetendo para o empreendedorismo por necessidade (Machado, et al., 2003; Organização Internacional do Trabalho, 2004).

Muitas mulheres, com a criação do próprio emprego, acreditam alcançar maior independência e autonomia a nível da tomada de decisões, maior flexibilidade de horários e maior disponibilidade, e assim gerir de forma mais ágil as responsabilidades profissionais e familiares (Greene et al., 2007). Esta contingência de harmonização trabalho-família é uma das razões mais recorrentes para uma pessoa criar o seu negócio, importante e comum aos dois géneros, porém, no caso das mulheres, torna-se ainda mais necessário e imprescindível, no geral, a motivação principal para o alcance do sucesso prende-se principalmente com o apoio que existe por parte da família e dos amigos.

9.3. Perfil e Características de Mulheres Empreendedoras

Na década de 80, muitos estudos realizados sobre mulheres empreendedoras foram direcionados na tentativa de elucidar e traçar um perfil psicológico e/ou comportamental das mulheres empreendedoras.

Para Bowen e Hisrich (1986), as mulheres empreendedoras tendem a crer que os seus destinos dependem mais dos seus atos do que do contexto ou da situação. Isso sucede porque as mulheres, de um modo geral, têm uma tendência para lidar com a

pluralidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional, além da habilidade para encontrar soluções criativas para as situações imprevistas, mesmo com a sobrecarga de atividade em família (Stolcke, 1980)

Neider (1987) salientou como necessidades manifestas no seu comportamento o alto desejo de realização, de autonomia e de dominação sobre os outros. Ainda segundo Neider (1987), num estudo exploratório realizado com 52 empreendedoras na Flórida, apontou como características de personalidade predominantes dessas empreendedoras: ativas, persistentes e inclinadas a influenciar os outros.

Relativamente aos valores, ou seja, aquilo que elas acreditam e julgam importante nas suas vidas, Solomon e Fernald (1988), ao investigarem valores em empreendedoras, apresentaram como valores terminais a saúde, o autorrespeito, a segurança familiar, a liberdade e o sentido de realização e, como valores instrumentais a honestidade, a responsabilidade, a independência, a ambição e a capacidade. O valor menos importante apontado por essas mulheres foi a obediência.

Para alguns autores, existem características semelhantes entre homens e mulheres, embora as mulheres revelem possuir características específicas como sensibilidade, versatilidade, flexibilidade, intuição, cooperação, atenção aos detalhes, deixar-se levar pela intuição (Sina, 2005).

Segundo Brito (2008), as mulheres empreendedoras ostentam características de comportamento positivo, como: a intensidade e dedicação em tudo que fazem; a afetividade, cortesia e exigência; a aptidão para a negociação, as ideias, os recursos e prazos; a humildade e valorização das ideias dos outros; a disponibilidade para aprender sempre mais; a responsabilidade e realismo acerca do que são capazes; a boa disposição, a sua necessidade de comunicação oral estimula a boa disposição e as boas histórias; são excelentes ouvintes: sabem ouvir e compreender as necessidades dos outros; dão importância ao autoconhecimento; e são organizadas e flexíveis: cumprem vários papéis (dona de casa, mãe, esposa, profissional, etc.) desenvolvendo a capacidade de adaptação nas mais variadas situações.

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição económica, pois gera emprego para si e para outros, na importância do seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo

social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário, (Amorim e Batista, 2012).

Mencionamos de seguida as características que contribuem para o empreendedorismo feminino:

- Intensidade – as mulheres, em tudo o que fazem, dedicam -se de corpo e alma;
- Afetividade – as mulheres sabem ser afetuosas e ao mesmo tempo serem guerreiras gentis e exigentes;
- Aptidão para a negociação - as mulheres sabem apresentar as suas ideias, levando em conta prazos e orçamentos;

10. A Importância do Empreendedorismo

O desemprego, é hoje o maior desafio a ser enfrentado pelos países, pelos governos e essencialmente pelas pessoas. A economia de hoje, e na maior parte dos países europeus, não está a criar empregos, não está a inovar, a gerar riqueza, não está a assumir riscos necessários para o crescimento e desenvolvimento dos países.

Atualmente, afigura-se como um grande desafio saber lidar com um contexto de complexidade do mercado, de instabilidade e de incertezas. Nesta conjuntura, a aprendizagem ao longo da vida assume particular relevância. Com as competências adquiridas, o indivíduo pode assim inserir-se no mundo do trabalho, quer seja empregado ou criando o seu próprio emprego, gerando riqueza e emprego para outras pessoas. Podemos identificar dois tipos de empreendedorismo: por necessidade (quando este se afirma como a única alternativa para a criação do próprio emprego) e o empreendedorismo por oportunidade (que se configura como a identificação de uma oportunidade no mercado e a atuação sobre ela) (Carvalho e Costa, 2015).

Entretanto, o empreendedorismo por oportunidade tende a crescer mais em países onde a riqueza, o rendimento pessoal, a aceitação da mudança e o desenvolvimento económico predominam. Os valores como o individualismo, baixa aversão à incerteza, competitividade e benefício material, são usados na discussão da importância do empreendedorismo, independentemente da sociedade em que aconteçam.

As culturas que promovem e incentivam a autorrealização, as conquistas materiais e a autonomia, características típicas de sociedades culturalmente individualistas, são as que apresentam uma maior taxa de formação de empresas. Estes valores culturais, estão associados a altas taxas de abertura de empresas, porque apontam para a valorização da ética do trabalho, e para a postura de assumir riscos (Hayton et al., 2002, citado por Sarkar, Empreendedorismo e Inovação (2014), p. 45).

Através dos exemplos de sucesso deve-se dar a conhecer o sucesso e os aspetos positivos do que é empreender, demonstrar os benefícios e as vantagens desta forma de criar emprego. No entanto, as situações de insucesso também devem ser referidas, pois é com os erros que se aprende e desta forma mostra-se o que não se deve fazer e as ilações que daí advêm.

PARTE II – ESTUDO EMPÍRICO

11. Metodologia

A investigação realizada é um estudo exploratório, transversal, de carácter qualitativo e quantitativo. Tem sido circunscrito a uma comunidade específica, podemos inscreve-lo no domínio dos estudos de caso. Um estudo de caso é uma investigação de natureza empírica. Baseia-se fortemente em trabalho de campo ou em análise documental. Estuda uma dada entidade no seu contexto real, tirando todo o partido possível de fontes múltiplas de evidência como entrevistas, observações, documentos e artefactos (Yin, 1984).

Segundo Bell, os estudos de casos, geralmente considerados estudos qualitativos, podem combinar uma grande variedade de métodos, incluindo técnicas quantitativas (1997). De acordo com Merriam (1988) e Yin (1984), o “estudo de caso” é uma abordagem adequada, quando não se pergunta o “quê?”, “quantas?”, mas sim “como?” e “porquê?”; (...) quando se quer compreender melhor a dinâmica de um dado programa ou processo (Merriam, 1998)”.

Considerando a natureza do estudo, a recolha de dados foi efetivada através da aplicação de entrevistas semidiretivas, estratégia recomendada em estudos desta natureza. Sabe-se que a entrevistas semidiretivas representam um meio através do qual, num ambiente descontraído, informal e de produção de conhecimento, são colocadas

diferentes questões, tendencialmente abertas, tendo como intenção permitir que o entrevistado se sinta confortável para exprimir, sem condicionalismos, recorrendo ao seu vocabulário normal (Marques, 2010). Constituiu público alvo da aplicação destas entrevistas as mulheres empreendedoras de Santa Catarina.

Serviu ainda de estratégia de recolha de dados, a aplicação de questionários online, com recurso ao programa informático Google forms. Tal recurso representou uma estratégia que repercutiu numa maior facilidade e urgência na recolha e dados fidedignos e na estruturação de todo o trabalho.

Todo o embasamento teórico foi realizado decorrente de consultas e pesquisas bibliográficas recomendadas e aconselháveis.

11.1. Problemática e sua contextualização

Considerando que Cabo Verde é um país com desafios de desenvolvimento é necessário que as pessoas inculquem o empreender como forma de promover o crescimento económico e melhorar as suas condições de vida. É crucial que se projete para além do Estado e torne o cidadão um importante fator de criação do emprego e do rendimento através do empreendedorismo. As hipóteses de se conseguir um emprego formal são cada vez menos e a saída é empreender, encontrando soluções criativas, principalmente em países emergentes, como é o caso (Monteiro, 2013).

A região santiago norte, mais concretamente Santa Catarina é um caso em que a situação é caótica, pois o nível de desemprego, principalmente na camada jovem tem vindo a aumentar dia após dia. O aumento do desemprego jovem, teve maior incidência na faixa entre 24 – 25 anos, em que a taxa de desemprego situou-se em 32,5%, com um aumento de 7,6 p.p. face a 2019, (E 2020). E todos os anos temos jovens recém-formados prontos para entrar no mercado de trabalho, mas sem oportunidades para tal. Neste caso, o empreender seria algo mais viável, mas não há grande aderência nesse âmbito. Porém, decorrente de conversas informais e de percepção visual no terreno, em virtude de trabalhos e responsabilidades assumidas, percebemos que há mais mulheres a empreender do que homens.

Relativamente às motivações do empreendedor Cabo-Verdiano, tendo por base a distinção entre os dois tipos de empreendedorismo (por necessidade e por

oportunidade), segundo McClelland (1997), e considerando o número da informalidade em Cabo Verde e da dependência excessiva da importação, pode-se a priori definir o cabo-verdiano como empreendedor por necessidade, uma vez que existe um grande número de pessoas que empreendem por sobrevivência.

Face à realidade apresentada considerou-se que seria importante realizar uma investigação que permitisse compreender as motivações para levar por diante ações empreendedoras e identificar as alavancas que sustentam o empreendedorismo das mulheres cabo-verdianas.

11.2. Caracterização de Cabo Verde

O Arquipélago de Cabo Verde fica localizado na margem Oriental do Atlântico Norte, a cerca de 450 km da Costa Ocidental da África e a cerca de 1400 km a SSW das ilhas Canárias.

De acordo com a Câmara de Comércio Indústria e Turismo Portugal Cabo Verde (CCITPCV), a população é fruto de uma mistura entre colonos europeus e escravos africanos, fundido num só povo e tendo como língua materna o crioulo. A população residente em Cabo Verde caiu para 483.628 habitantes, menos 1,6% face ao recenseamento realizado em 2020, passando a contabilizar mais homens do que mulheres, segundo dados anunciados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

11.3. Caracterização da Ilha de Santiago

Santiago está incluído no grupo das ilhas de Sotavento, e é a maior ilha do arquipélago, cobrindo uma área de Cerca de 991 Km² e está limitada pelas coordenadas, 23° 50', 23° 20', de longitude Oeste de Greenwich, 15° 20', e 14° 50', de latitude Norte. (Alves e al 1979)

Segundo CCITPCV, Santiago é a primeira ilha do arquipélago a ser habitada após a descoberta. A ilha é composta por muitas histórias e lindas paisagens, tem uma área de 992 km², sendo a maior ilha e contendo mais da metade da população. O interior é montanhoso, apresentando vales sinuosos e profundos, alguns com fontes de água permanentes, e duas imponentes cadeias de montanhas, sendo primeira o Pico d'Antónia (o ponto mais alto da ilha, a 1.392 metros) e a segunda Serra Malagueta. O litoral apresenta-se em forma de escape, abrupto, contendo algumas interrupções em

alguns pontos por pequenas praias de areia. Atualmente a ilha é composta por 9 Municípios, sendo eles Tarrafal, Santa Catarina, Santa Cruz, Praia, São Domingos, Calheta de São Miguel, São Salvador do Mundo, São Lourenço dos Órgãos e Ribeira Grande de Santiago.

11.4. Questões e Objetivos

De seguida apresentamos a questão de partida do estudo e os objetivos da pesquisa.

Pergunta de partida

Quais são os fatores que motivam e impulsionam o Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago – Cabo Verde?

Objetivo Geral

Decorrente da definição da pergunta de partida, para que o estudo ganhasse cientificidade e organização, foi definido o objetivo geral que consistiu em identificar fatores que impulsionam o empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago em Cabo Verde.

Objetivos Específicos

Para a materialização do objetivo geral definido pela pesquisa foram, por conseguinte, elencados os objetivos específicos da pesquisa que permitiu a efetiva aplicação das estratégias definidas. Assim sendo, foram destacados os objetivos a seguir mencionados:

- Reconhecer as motivações que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde, a serem empreendedoras;
- Identificar as dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;
- Conhecer os desafios e perspectivas de futuros do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;

- Identificar programas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;
- Identificar o perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;
- Reconhecer e analisar as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;
- Identificar estratégias para desenvolver o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;

11.5. População e Amostra

Constituiu população e amostra deste estudo as mulheres empreendedoras de Santa Catarina de Santiago, em Cabo Verde. Toda a investigação foi realizada tendo em conta os testemunhos destas mulheres que, por sinal, estão em muitas frentes naquela cidade. Desde logo, tivemos como referência a mulher que lidera a Câmara Municipal, na qualidade de sua presidente, que, por sua vez, inspira e serve de referência a outras tantas mulheres da cidade de Assomada, em particular e todas as mulheres de Cabo Verde, em geral.

Participantes

Como referido anteriormente, foram realizadas entrevistas a técnicos (vereadores) e responsáveis (diretores de gabinetes particulares) da Câmara Municipal de Santa Catarina de Santiago e aplicados questionários a mulheres empreendedoras (atores públicos) que operam em diferentes frentes e lides profissionais daquela cidade.

Constituíram ainda público alvo da aplicação das entrevistas a Senhora Presidente da Câmara Municipal, o senhor Vereador do pelouro da cultura, da Juventude e Desporto, que tutela a promoção do Empreendedorismo, e por último a Diretora da Incubadora de Negócios da Câmara Municipal, que tem vindo a apoiar muitos jovens empreendedores (de entre as quais as mulheres) a concretizarem as suas ideias de negócio.

Este público foi selecionado por representar, por um lado, os promotores do empreendedorismo em Santa Catarina e por ser o núcleo sobre quem recaí todas as

responsabilidades ao nível da informação, formação, divulgação, acompanhamento e materialização de políticas a este nível e, por outro lado, os que abraçaram o ideal do empreendedorismo, constituindo-se como o grupo de ação e que, de certo modo, assegura a viabilidade de toda a ação política encetada.

Para os atores públicos foram realizadas algumas entrevistas e, essencialmente, aplicados questionários online, através do Google-forms. Este público específico constituiu-se essencialmente de mulheres empresárias que detêm em sua posse salão de beleza ou que estão à frente na direção de hotéis, jardins infantis, escolas privadas ou, por fim, mulheres vendedeiras, comerciantes e empreendedoras informais.

Em termos numéricos foram aplicados 20 questionários e 10 entrevistas, num total de 30 participantes. Deste grupo de participantes, 10 mulheres são consideradas empresárias de sucesso e com mais experiências.

11.6. Técnicas e Instrumentos de Recolha de Dados

Para a recolha de dados e de informações recorreu-se às técnicas de aplicação de entrevistas semidiretivas e de aplicação de questionário de Competências Empreendedoras.

As entrevistas

As entrevistas semidiretivas permitiram conhecer os pareceres e as opiniões dos diferentes intervenientes e participantes deste estudo. Os participantes expuseram e trouxeram para a pesquisa opiniões e informações importantes e manifestaram as dificuldades que enfrentam no ato de empreender em Santa Catarina. Tudo isto permitiu estabelecer um diálogo analítico tendo por consideração as políticas públicas e os anseios e necessidades destes empreendedores.

Porém o objetivo da aplicação das entrevistas nesse trabalho é conhecer as reais preocupações dessas empreendedoras e conseguir de forma detalhada as respostas para as nossas perguntas e atingir os nossos objetivos.

Recorremos à técnica de entrevista: (i) “por entender que é a forma essencial para a recolha e sistematização de dados, essencialmente usada quando se debruça sobre assuntos que diz respeito a seres humanos, os quais devem ser conhecidos e

interpretados através do contato direto com os entrevistados que nos dão a conhecer aspetos relevantes sobre a situação em estudo”(Trigo, 2003); e (ii) “porque a obtenção de dados a partir da auscultação direta da realidade é, de fato, um elemento determinante do grau de novidade da investigação e por isso traz uma maisvalia ao trabalho, aumentando consideravelmente o seu interesse para a comunidade científica e a sua utilidade para o universo objeto de estudo”.

Foram elaborados dois guiões de entrevistas com o intuito de, em primeiro lugar, dar ao nosso público alvo (as mulheres empreendedoras de Santa Catarina) mais margem de se expressarem, de exporem as suas opiniões e pontos de vistas, e, o mais importante, de partilharem as suas experiências, os seus desafios e outros constrangimentos do dia a dia, e em segundo lugar, dar vez e voz a agentes da comunidade.

A tabela a seguir detalha com mais pormenor os dados ilustrados no guião condutor de cada um dos questionários.

Objetivos	Dimensão	Questão
Parte I Caraterizar os participantes.	Caraterização dos participantes (Agente público)	Idade: Gênero: Morada: Habilitação académica: Atividade: Número de colaboradores:
Parte II Identificar o conceito do empreendedorismo	Conceito de Empreendedorismo	O que é empreendedorismo para si?
	Conceito de Intraempreendedorismo	Pode explicar o que é intraempreendedorismo e o que acha do intraempreendedorismo?
	Empreendedorismo Feminino	1. O que entendes por empreendedorismo feminino?
Parte III Identificar as dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.	Dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago	2. Quais os principais constrangimentos que na sua opinião afetam a criação do próprio negócio no público feminino em Santa Catarina de Santiago Cabo Verde?
Parte IV Saber qual é a motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras	motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras.	3. O que motivou a criar o seu próprio negócio?
Parte V Identificar o perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	4. Consideras ser uma mulher com alta capacidade de persuasão? 5. Consideras ser uma empreendedora que preocupa com os seus clientes e colaboradores? 6. És uma mulher intuitiva nas tomadas de decisões?
Objetivos	Dimensão (Poder Político)	Questões

Parte VI Conhecer os desafios e perspectivas de futuros do Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Desafios e perspectivas de futuros do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	7. Quais são os maiores desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam em Santa Catarina e quais são as perspectivas futuras para colmatar a situação?
Parte VII Conhecer os incentivos para a aposta no empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Incentivos para o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	8. Considera que o trabalho que a Instituição tem feito é suficientemente forte para incentivar a aposta no próprio Negócio, no universo feminino em Santa Catarina de Santiago?
Parte VIII Conhecer e analisar as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.	Políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	9. O Quê que a instituição tem feito ao longo deste mandato para promover o empreendedorismo feminino neste concelho? 10. A edilidade tem algum programa ou Gabinete que é destinado para o apoio ao Empreendedorismo no Concelho de Santa Catarina? 11. Quais são as ofertas para o programa de Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago?
Observações finais		Há algo que gostaria de acrescentar neste inquérito, ou alguma sugestão sobre o assunto em questão?
Parte IX Identificar estratégias para desenvolver o Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Estratégias para desenvolver o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Quais são as estratégias para o maior crescimento e prospeção do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago?

TABELA 2 - QUADRO DESCRITIVO DO QUESTIONÁRIO APLICADO

Participantes: Dez mulheres empreendedoras da comunidade

Objetivos	Dimensão	Questão
Parte I Caraterizar os participantes.	Caraterização dos participantes (Agente público)	Idade: Gênero: Morada: Habilitação académica: Atividade: Número de colaboradores:
Parte II Identificar o conceito do empreendedorismo	Conceito de Empreendedorismo	O que é empreendedorismo para si?
	Conceito de Intraempreendedorismo	Pode explicar o que é intraempreendedorismo e o que acha do intraempreendedorismo?
	Empreendedorismo Feminino	12. O que entendes por empreendedorismo feminino?
Parte III Identificar as dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.	Dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago	13. Quais os principais constrangimentos que na sua opinião afetam a criação do próprio negócio no público feminino em Santa Catarina de Santiago Cabo Verde?
Parte IV Saber qual é a motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras	motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras.	14. O que motivou a criar o seu próprio negócio?

Parte V Identificar o perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	15. Consideras ser uma mulher com alta capacidade de persuasão? 16. Consideras ser uma empreendedora que preocupa com os seus clientes e colaboradores? 17. És uma mulher intuitiva nas tomadas de decisões?
Objetivos	Dimensão (Poder Político)	Questões
Parte VI Conhecer os desafios e perspetivas de futuros do Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Desafios e perspetivas de futuros do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	18. Quais são os maiores desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam em Santa Catarina e quais são as perspetivas futuras para colmatar a situação?
Parte VII Conhecer os incentivos para a aposta no empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Incentivos para o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	19. Considera que o trabalho que a Instituição tem feito é suficientemente forte para incentivar a aposta no próprio Negócio, no universo feminino em Santa Catarina de Santiago?
Parte VIII Conhecer e analisar as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.	Políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	20. O Quê que a instituição tem feito ao longo deste mandato para promover o empreendedorismo feminino neste concelho? 21. A edilidade tem algum programa ou Gabinete que é destinado para o apoio ao Empreendedorismo no Concelho de Santa Catarina? 22. Quais são as ofertas para o programa de Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago?
Observações finais		Há algo que gostaria de acrescentar neste inquérito, ou alguma sugestão sobre o assunto em questão?
Parte IX Identificar estratégias para desenvolver o Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Estratégias para desenvolver o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Quais são as estratégias para o maior crescimento e prospeção do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago?

TABELA 3 - QUADRO DESCRITIVO DO QUESTIONÁRIO APLICADO

O questionário

Para avaliar de uma forma mais concreto as competências empreendedoras considerou oportuno criar um instrumento de avaliação psicológica que pudesse identificar as características empreendedoras dos indivíduos, entretanto optamos por aplicar o Questionário de Competências Empreendedoras (QCE) de Cristina Faria, um instrumento de auto-esposta, que inclui no início a possibilidade de recolha de alguns

dado sociodemográficos (idade, género, estado civil, profissão, curso e ano), e no qual o respondente, depois de ler uma pequena introdução explicativa sobre a forma de preenchimento, e iniciando com De uma maneira geral assumo-me como uma pessoa, expressa o seu grau de concordância diante de cada afirmação apresentada através de uma escala de tipo likert de cinco posicionamentos (1=não concordo, 2=concordo pouco; 3=concordo; 4=concordo muito e a 5=concordo muitíssimo), de forma mais célere e prática, optou-se ainda pela elaboração de questionários online, através da ferramenta virtual google forms. O questionário seguiram intentos particulares e procuravam perceber o perfil empreendedor dos intervenientes desta pesquisa, compreender que perceção cada envolvido tem si com relação à forma como se pensa e como os outros pensam dele. No fundo, procurava recolher informações e dados referentes à capacidade empreendedora dos inquiridos e possibilitar um diálogo profícuo com outros autores que versaram sobre a temática e deixaram pistas de análise.

Conforme referido antes, o questionário foi aplicado a 20 mulheres empreendedoras de Santa Catarina e teve como meio privilegiado a ferramenta virtual, hoje em dia muito utilizado em contexto de pesquisa e investigação científica, google forms. A aplicação de questionários enfatizou, como sustenta Bell (2004), a descoberta de fatos. Dai ter sido dado especial atenção à sua estruturação e condução, tornando acessível e rápida a obtenção das informações (Bell, 2004)

11.7. Técnicas de Análise e Tratamento de Dados

Relativamente às entrevistas, esta técnica de recolha de dados está sempre relacionada com o método de análise de conteúdo. Segundo Bardin (2007), o método de análise de conteúdo compreende diferentes fases: pré-análise, exploração e o tratamento dos resultados obtidos e interpretação dos mesmos, e pode ser desenvolvido com recurso a várias técnicas, sendo a mais utilizada a análise categorial, técnica esta que foi utilizada no presente estudo. Para determinar os indicadores e denominadores comuns em todas as respostas obtidas pela aplicação das entrevistas, procedeu-se à sua total transcrição e consequente análise.

Conforme descrito anteriormente, as entrevistas foram aplicadas mediante guíões personalizados, elaborados para o efeito. Algumas delas foram gravadas, com consentimento dos entrevistados. Estas gravações foram efetuadas com recurso a meios e equipamentos digitais modernos e guardadas nestes mesmos dispositivos. Após a sua recolha procedeu-se à sua transcrição e conseqüente apresentação e utilização ao longo desta dissertação, constituindo as informações recolhidas como importantes referências para o corpo do trabalho.

Também foram elaboradas fichas de questionários online, recorrendo à plataforma google-forms, muito usado hoje em dia, apesar dos desafios e dos riscos advenientes. A aplicação destes questionários, através desta plataforma configurou-se como uma estratégia pertinente, já que possibilitou a celeridade, o anonimato e a aproximação virtual aos participantes identificados desta pesquisa, que, de forma voluntária, aceitaram tomar parte de sua concretização.

12. Apresentação dos Resultados

12.1. Análises das Entrevistas (Poder Político)

Vereador I

Este responsável político mostra na sua análise e perceção que os maiores constrangimentos que as mulheres em Santa Catarina enfrentam são questões financeiras e a falta de oportunidade de acederem ao mercado de trabalho. Considera ainda que a falta de recursos para as suas atividades é outro fator que vem dificultando a promoção feminina em Santa Catarina e o conseqüente desenvolvimento das suas economias e seus negócios e aquilo que traz rentabilidade para os seus negócios.

Estas informações foram apuradas depois de várias conversas tidas com as mulheres, em contexto de audiências e, adianta este responsável, que para pôr cobro à situação definiu-se uma política de promoção do empreendedorismo, que por sua vez, proporciona acesso a melhores oportunidades, para que essas mulheres possam ultrapassar algumas destas dificuldades. O trabalho que a Câmara municipal tem feito é suficientemente forte para incentivar a aposta no próprio negócio, no universo feminino em Santa Catarina de Santiago, convencionou.

Todavia, o trabalho que tem sido feito poderia ser muito melhor, mas, às vezes, a instituição ao tentar fazer algo para introduzir melhorias promocionais, de parcerias, de políticas públicas que são definidas, e que em algumas ocasiões, não vão ao encontro daquilo que devia ser uma resposta mais acertada para ajudar as mulheres nas suas atividades económicas, nos seus negócios, nos seus atos de empreendedorismo, afiançou aquele responsável camarário. A instituição tem tido feito o possível, mas é preciso ter melhores e maiores condições para minimizar esses problemas.

O vereador admite que ao longo do mandato, a instituição tem criado e favorecido algumas condições tais como: o estabelecimento de parcerias, a realização de ações de formação e capacitação, a disponibilização de apoios, a criação de pequenas atividades para proporcionar rendimentos e o acompanhamento para a cedência de microcréditos. Segundo ele foram um rol de programas para permitir que as mulheres pudessem empreender e melhorar rendimento e, conseqüentemente, a sua qualidade de vida.

Porém, o vereador afirma que a instituição tem vários outros programas voltados para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino. Destaque para a criação e instalação de uma incubadora nas instalações da câmara municipal que funciona de forma independente e assegurar o apoio técnico no sentido de empreendedorismo ter algum alicerce e sucesso no município. A edilidade tem solicitado várias parcerias no sentido de promover maior empreendedorismo em toda a extensão do município – Cidade de Assomada.

Para assegurar que as mulheres estejam preparadas e possam promover suas atividades económicas, numa lógica de empreendedorismo feminino, a Câmara municipal oferece um leque de programas e oportunidades, tudo voltado para a criação de condições favoráveis ao empreendedorismo. Programas como atividades geradoras de rendimentos, apoio na elaboração de planos de negócios com o claro intuito de encaminhamento para o acesso a linhas de créditos disponíveis.

Por fim, assegura o nosso entrevistado que a criação de condições para a promoção efetiva do empreendedorismo, a fixação de programas claros e exequíveis e contextualizados de apoio ao empoderamento feminino deveriam configurar-se como as linhas estratégicas principais. Assegura ainda que é preciso uma política clara, que dê

resposta efetiva àquilo que são as aspirações do público que acorre a estes programas com regularidade e garanta a celeridade no acesso ao crédito e aos programas existente, dentro de um quadro realista das condições existentes.

Vereador II

Para este responsável camarário, o maior desafio das mulheres empreendedoras em Santa Catarina é a questão de disponibilidade imediata para empreenderem. Elas são chefes de famílias, mães solteiras, e isso influencia diretamente nas suas atividades e na disponibilidade para o empreendedorismo.

Outro grande problema e desafio ao empreendedorismo feminino é o financiamento que acaba por ser um fator chave. Admite este responsável que o financiamento é o principal alicerce para alavancar um empreendimento. E, por último, considera que o machismo também não fica para trás, quando se trata de constrangimentos e barreiras ao empreendedorismo feminino. Isto porque as mulheres desde sempre foram vistas como vulneráveis e frágeis, e isso, de uma certa forma, influencia nos seus negócios.

Aquele responsável camarário considera que o trabalho que a instituição tem feito é suficientemente forte para alavancar o empreendedorismo feminino em Santa Catarina, e aponta ao trabalho desenvolvido pela incubadora de negócios da camara municipal neste processo, como preponderante. Ao nível desta incubadora, foram realizadas mais de uma centena de projetos e planos de negócios e, a maioria foi financiada e acompanhada após o financiamento. Esta incubadora de negócios, criada após dois anos de mandato, até ao momento é a única no país, de entre todas as outras camaras municipais em Cabo Verde. Ela representa uma das iniciativas de promoção do empreendedorismo, a par de outras iniciativas.

Procurando dar vazão às ações desenvolvidas para a promoção do empreendedorismo feminino, o vereador aludiu, de forma particular, a um projeto no qual as mulheres com ideias de negócios e um plano de negócio plausível, recebem da Camara Municipal um apoio em 50% de financiamento total de seus planos. Aponta ainda à parceria com a Pró-Empresa e que repercutiu na realização de vários eventos de promoção do empreendedorismo, como por exemplo feiras, debates, workshops. Segundo ele, a camara municipal, dentro das suas possibilidades e disponibilidade, fez várias ações para incentivar o empreendedorismo feminino

Não obstante as ações levadas a cabo até hoje pela camara municipal de Santa Catarina, adiantou aquele responsável que a instituição está sempre á procura de cooperação e de outros projetos de promoção feminina. Segundo ele, no mandato anterior candidataram-se programas internacionais da PNUD e da União Europeia para projetos do empoderamento feminino, de entre os quais, projetos da reconversão de mulheres que se dedicam à extração de inertes (apanha de areia do mar) no concelho, mais concretamente na localidade portuária de Ribeira da Barca, para terem os seus próprios negócios e também concretizaram o projeto da hidroponia das mulheres ta como o projeto de criação de pintos (Aves). Assevera que os projetos tiveram aval positivo e foram financiados pela PNUD e pela União Europeia.

Afirma ainda que a camara está sempre à procura de projetos para apoiar o empreendedorismo feminino, e nos últimos meses apoiaram 10 mulheres com apoios financeiros. Essas mulheres já tinham formações e aptidões e skills em parceria com a CRIS, uma instituição que está sempre em sintonia com a camara municipal.

Por fim, considera o responsável que a melhor estratégia para a promoção do empreendedorismo feminino em Santa Catarina deve passar pela definição de um meio capaz de assegurar uma maior divulgação das oportunidades do empreendedorismo feminino, tanto por parte da câmara municipal como por parte dos programas que existem no governo.

É necessário ainda ir ao encontro das jovens mulheres, por exemplo nos mercados de negócios informais, falar da formalização dos negócios, quais são as vantagens que terão se tiverem um negócio formal, mostrar as vantagens e desvantagens do empreendedorismo, disponibilizar as linhas de créditos com programas direcionados para o empreendedorismo feminino, com algumas vantagens em relação aos Homens.

Diretor do Gabinete de Promoção ao Investimento e Competitividade Empresarial

Segundo o diretor, os desafios que as mulheres enfrentam no Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina, são diversos. Porém, ele considera o medo como um dos fatores primordiais, por isso, no seu ponto de vista, as mulheres devem ser mais proativas.

Testemunha que, enquanto diretor de promoção e investimento da câmara municipal de Santa Catarina, na maioria das vezes recebe homens no seu gabinete que pretendem investir em algo. As mulheres são sempre em menor número.

Tentando discorrer sobre as dificuldades encontradas quando se trata de empreendedorismo feminino e no feminino, o diretor apresenta as questões financeiras como as principais. Derivadas desta questão financeira surgem as dificuldades no acesso a créditos, mesmo os disponibilizados pelos governos, as dificuldades de sediar os empreendimentos (espaços para montagem do negócio), a falta de espírito inovador e empreendedor e a deficiente informação quanto aos programas vocacionados para o empreendedorismo feminino e que propõem o seu empoderamento, mas que obriga à sua iniciativa própria, sem que a instituição “corra atrás delas para o efeito”.

Porém o Diretor considera que os programas que a instituição tem para promoção do empreendedorismo feminino são bons. Salienta o programado Start-up em parceria com a Pro-Empresa (que possui um gabinete em Santa Catarina e que ele é diretor) e os vários encontros realizados com as mulheres que querem investir. Mostra ainda que, em decorrência destas ações, direcionam as mulheres para a Incubadora para terem melhor orientação e apoio técnico para investirem na área que gostam e têm paixão. Todavia, segue informando que ainda há muito por se fazer, pois a maioria dos jovens não quer saber de investir, mas sim de trabalhar no escritório e ter uma vida menos movimentada, sem ter que fazer o mínimo de esforço.

O gabinete de promoção do investimento e da competitividade empresarial já esteve no terreno (nesse caso em Ribeira da Barca) para fazer o perceber os principais empreendimentos e investimentos que aquela população gostaria de investir, mostrou o diretor.

A Câmara Municipal de Santa Catarina representa uma das instituições mais procuradas, essencialmente pelos jovens em busca do primeiro emprego. Ela se apresenta como uma das referências para a juventude e se tem mostrado como aquela que mostra muita preocupação com os jovens, com a sua integração e com a criação de programas que favoreçam esta integração. Estes programas enfatizam o empreendedorismo jovem (no feminino, de forma particular) e a geração de riqueza, trazendo novos investimentos para a cidade. Mesmo assim, segue esclarecendo o diretor, a melhor maneira para

cativar as mulheres e desperta-las ao empreendedorismo é deslocar-se às suas localidades e, a partir da realidade local, mostrar as oportunidades de investimentos que, até então, tem sido monopólio dos homens.

O nosso entrevistado ousou mostrar um programa inovador que só não chegou a ser realidade devido à guerra desencadeada na Ucrânia e Rússia que visava a transformação do vidro (garrafas) em areia e que consistia na recolha de garrafas e sua consequente transformação em areia, uma perspetiva ambiental e de sustentabilidade. Dado que as máquinas necessárias para o efeito de transformação provinham da Alemanha, e por causa da instabilidade marítima imposta pela guerra, o projeto não foi efetivado.

Em jeito de finalização de sua entrevista, o mesmo responsável ousou mostrar que a única forma de prosperar e promover o empreendedorismo feminino passa por criar objetivos que asseguram mais oportunidades e alternativas para as mulheres empreenderem. Criar políticas públicas vocacionadas e direcionadas para as mulheres já que o que existe neste momento não é suficiente. As mulheres não têm aderido aos programas por falta de motivação ou por falta de coragem. Sabe-se que empreender exige muita coragem e é preciso criar mais programas que garantam oportunidades às mulheres. Conclui ainda que em todos os setores públicos e de políticas existem ações direcionadas para as mulheres, carecendo, todavia de maior e melhor comunicação.

Diretora da Incubadora de Negócios de Santa Catarina

Para início de conversa, esta nossa entrevistada afirma que um dos maiores desafios ao empreendedorismo feminino é o medo. Medo de dar o primeiro passo, medo de tomar decisões e medo da mudança.

Segue informando que o apoio financeiro é outro grande desafio. Destaca que muitas mulheres possuem projetos inovadores, com possibilidades de prospeção e projeção, mas o fator financeiro surge como constrangimento e impede muitos projetos de avançarem. Muitas mulheres são provenientes de família de baixa renda, trabalham arduamente todos os dias e, muitas vezes não têm tempo nem disponibilidade para seguirem com os seus projetos e ideias de negócios, visto que trabalham naquilo que aparece como oportunidade. É neste quesito particular que o financiamento (de um banco ou de uma instituição credora) se enquadra e se mostra como preponderante.

Porém, segundo a diretora da incubadora, a instituição tem uma perspectiva grande no que respeita ao empreendedorismo feminino já que se trata de um município com grandes potencialidades económicas. Estas perspectivas surgem como iniciativas para colmatar e incentivar cada vez mais os jovens a criarem os seus próprios negócios, com ideias inovadoras, e serem protagonistas do seu próprio sonho e não esperarem só pelo governo e pelos governantes.

Entretanto, a Câmara Municipal, como poder local tem estado a incentivar cada vez mais os jovens a criarem os seus negócios, promovendo formações, palestras, encontros com empreendedores mais experientes, apoios com ISITIS, AGR, Pró- Empresa entre outros.

Durante a sua entrevista, nossa entrevistada mostra que a incubadora que ela dirige já é um espaço para apoiar as mulheres empreendedoras e que serve para orientar, dar formações e informações tanto para os iniciantes como também para aqueles que já estão no mercado. Afirmar que a instituição tem vindo a trabalhar arduamente juntamente com outras instituições como a Pro-Empresa, IEF, Governos para promoverem o empreendedorismo feminino através de formações, Start-up, e assim, conseguir incentivar mais jovens a entrar no mercado de trabalho.

E por fim, mas não menos importante, a Diretora afirma que a maior estratégia para a prospeção do Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina

deve ser a capacitação vocacionada para a inovação, para o conhecimento de campos específicos de atuação, para ter objetivos claros. Tudo isto é preciso fazer para crescer e manter sempre próspero o negócio.

12.2. Síntese das Análise das Entrevistas Poder político/ Agente público

Em jeito de síntese, pode-se depurar que existem iniciativas promocionais do empreendedorismo, mormente o feminino. Todavia, é constatação de que, à imagem do que acontece um pouco por todo o país, o empreendedorismo feminino surge como parente pobre de todas as dinâmicas promocionais..

Outrossim, percebe-se que o poder político, reconhecido na edilidade de Santa Catarina tem proporcionado diferentes **oportunidades de empreendimento**, procurando

despertar jovens, particularmente as mulheres, ao empreendedorismo. Desde ações de **formação e capacitação e palestras realizados** tanto na Câmara Municipal como nas comunidades e localidades do município ao estabelecimento de parcerias com instituições e organizações públicas e privadas representam um conjunto de ações e intervenções que esta edilidade tem levado a cabo para assegurar que o empreendedorismo jovem e feminino tenha destaque e alcance.

As entrevistas permitiram perceber o destaque particular que se dá à criação da incubadora ao nível da edilidade. Esta incubadora é vista como a menina dos olhos de todas as ações e intervenções de promoção do empreendedorismo jovem e feminino. Todos os entrevistados apresentam esta iniciativa como fundamental e meio primordial de promoção do empreendedorismo.

Em suma foi possível constatar que os fatores e forças que impulsionam o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago é a questão das mulheres serem na sua maioria solteiras, chefes de famílias, a ideia de terem a sua própria liberdade financeira e não depender dos maridos, entretanto, os nossos líderes políticos entrevistados partilham da ideia, que o que contribui também para o impulsionamento do empreendedorismo feminino é a questão da Câmara Municipal como instituição local tem criado e favorecido algumas condições tais como estabelecimento de parcerias para os empreendedores, realizações de formação de capacitação e disponibilização de apoios jovens.

Porém a instituição também tem alguns programas de apoio ao empreendedorismo feminino, que segundo a nossa entrevista aos responsáveis políticos da localidade ficou esclarecedora que a instituição possui vários programas de apoio ao empreendedorismo feminino, principalmente programas voltados para o desenvolvimento de empreendedorismo feminino, oferecem leques de programas e oportunidades tudo voltado a criação favoráveis ao empreendedorismo, a elaboração de planos de negócios etc.

Também levando em conta as políticas de apoio a instituição está sempre a procura de projetos para apoiar, segundo afirma um dos vereadores nos últimos meses 10 mulheres foram apoiadas com apoios financeiro, e além desses existem outros tipo de apoio

como é o caso de apoio ao micro-crédito junto das organizações que possuem parceria com a instituição como por exemplo Asdis, pró- empresa, etc.

Entretanto sempre existirá desafios no que tange ao empreendedorismo Feminino e segundo as respostas que obtivemos durante toda entrevista, os maiores desafios continuam sendo a questão financeira, a falta de oportunidade, e principalmente a falta de recursos/materiais para as suas atividades, porém têm como perspectivas futuras por em prática as políticas de promoção ao empreendedorismo e por sua vez proporcionar o acesso as melhores oportunidades.

E para colmatar os desafios do empreendedorismo os nossos entrevistados partilham da ideia que a melhor estratégias para desenvolver o empreendedorismo feminino é ir ao encontro com as jovens mulheres, por exemplo nos mercados de negócios informais , falar da formalização do negócio, criar mais programas que garantem oportunidades às mulheres, e também capacitação vocacionada para a inovação.

Essas mulheres do qual estamos a falar são mulheres chefes de famílias, mães solteiras, donas de casa que possuem o seu negócio seja ele formalizado ou não, são mulheres que tem o sonho de um dia alcançarem o poder e o respeito perante a sociedade, porém o que motiva ou motivou essas mulheres a quererem empreender, segundo a maioria delas afirmam na entrevista foi para terem a sua independência e o mais essencial foi por causa da carência que existia ou existe no mercado, resposta essas que podemos confirmar no questionários em apêndeces.

O questionário

Competências empreendedoras

Segundo Ferreira, Santos & Serra, 2008, citado por Faria 2010, foi realizada uma pesquisa sobre o empreendedorismo na União Europeia, Estados Unidos, Noruega entre outros países no ano de 2002 pesquisa essa realizada pela EOS Gallup Europe Institute em que 70% dos portugueses inquiridos gostaria de ter o seu negócio próprio, ou seja, gostariam de trabalhar por conta própria

Liechtenstein (Flash Eurobarometer no 134) datado de 2002, refere-se que mais de 70% 289 dos portugueses inquiridos gostaria de ter o seu próprio negócio, isto é, de serem trabalhadores por conta própria.

Entretanto existem diversas motivações para o empreendedorismo, porém alguns autores como (Ferreira, Santos & Serra, 2008), destacam que os principais motivos tem haver com a à independência tanto financeira como pessoal, ou seja, não querem trabalhar para os outro, pois de preferência querem ser o seu próprio patrão, mas também querem ganhar dinheiro, à procura da satisfação no trabalho, à realização pessoal e à observação de uma oportunidade interessante que se sente que não se pode deixar passar

Também não basta só ser patrão, mas tem que posuir conhecimento, capacidades para identificar as potenciais idéias que serão viáveis, para dar o passo de decidir empreender, de ir para a frente com um negócio e criar uma empresa de êxito com continuidade no tempo.

O tratamento dos questionários foi feito através de uma análise simples, depois de uma categorização básica dos indicadores de cada questionamento. Foram criadas algumas categorias de análise e foram cruzadas ao longo deste capítulo específico. Por outras palavras, as variáveis que descreviam o género (100% feminino), a localidade e a profissão foram tratadas em cruzamento.

As outras variáveis foram sendo analisadas de forma isola pois ofereciam detalhes específicos, importantes na consolidação deste trabalho de pesquisa. Estas variáveis foram apresentadas sob a forma de gráficos de barras e as respostas obedeciam a uma escala prescrita de 1 a 5 (não concordo/ concordo pouco/ concordo/ concordo muito/ concordo muitíssimo) que permitiram aos inquiridos emitir a sua opinião e estabelecer uma escala de valores sobre as diversas variáveis consignadas nos guiões de questionário. O questionário ficou dividido em três secções, sendo a primeira secção dedicada ao enquadramento, a segunda secção dedicada ao perfil e a terceira secção dedicada questões gerais.

12.3. Análise dos resultados obtidos

Variáveis género/ profissão/ localidade

Todos os inquiridos e participantes desta recolha foram do sexo feminino. Não obstante o tema incidir sobre o empreendedorismo feminino, a aplicação dos questionários visou essencialmente recolher as informações das mulheres de diferentes profissões e provenientes de diferentes localidades da cidade de Santa Catarina. Um total de 20 mulheres, de entre as quais se destacam 3 empresárias do ramo hoteleiro (15% dos participantes) sendo verdade que a grande maioria (8 mulheres empreendedoras) reside na cidade de Assomada (40%). Para melhor ilustrar esta descrição apresenta-se em baixo os gráficos de barra e gráficos circulares sobre o assunto.

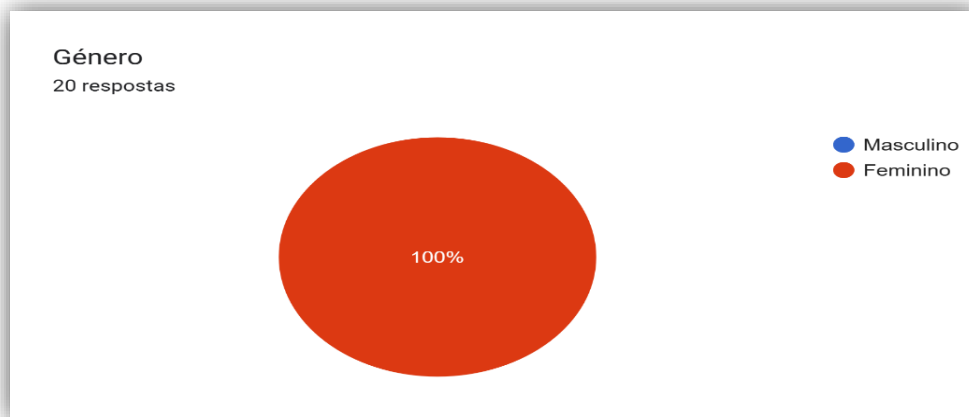


FIGURA 2 - GÉNERO DOS INQUIRIDOS

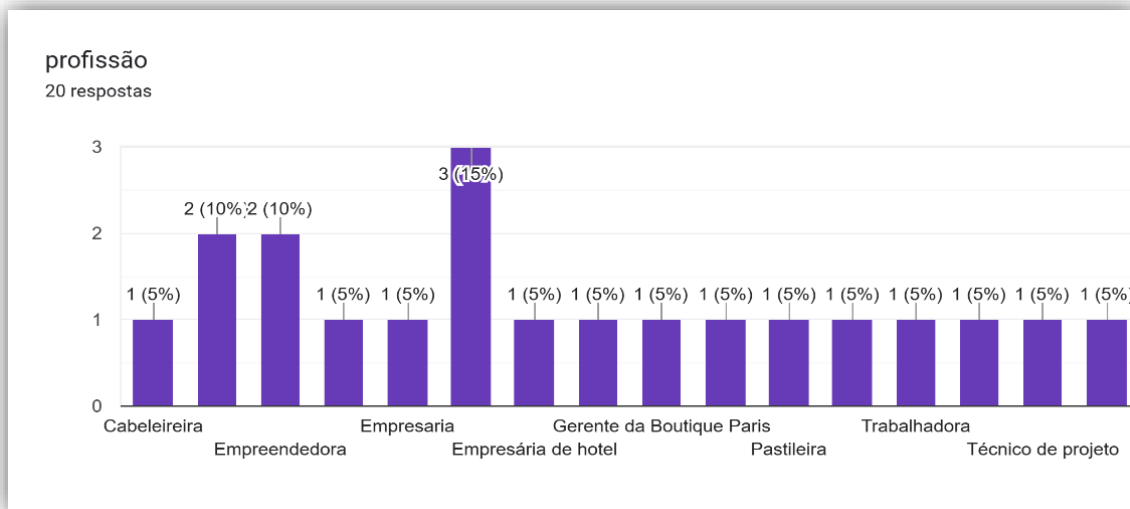


Figura 3 profissão dos inquiridos

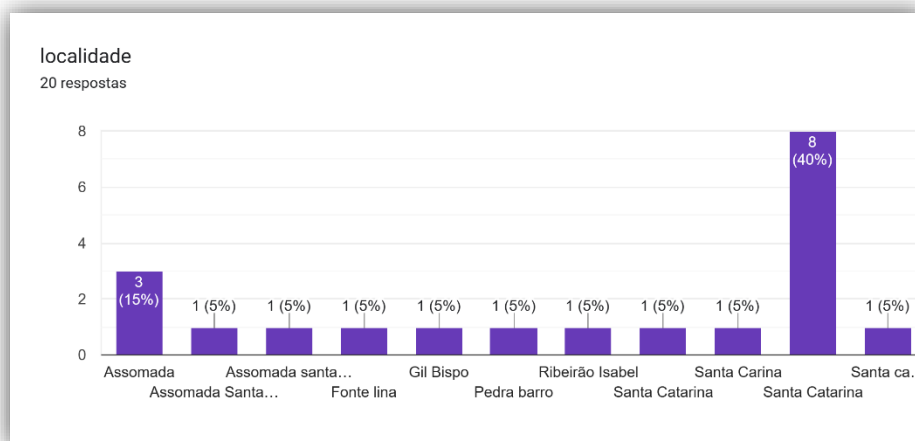


Figura 4 profissão dos inquiridos

Competências criadoras (Empreendedorismo)

Os outros consideram-me uma pessoa com “visão”.

A este propósito particular, as questões do questionário procuravam incidir sobre cada inquirido, com vista a conhecer a perceção dos outros em relação a si. Questionados sobre o assunto, percebeu-se que a maioria dos inquiridos acha que, de uma maneira geral, os outros os consideram pessoas com visão, ou seja, uma pessoa capaz de prever/antecipar o futuro. Na mesma linha de pensamento, o questionário aplicado, neste

capítulo particular procurou ainda perceber se os inquiridos se consideram pessoas capazes de influenciar os outros a concordarem com suas ideias e opiniões. O resultado do inquérito permitiu observar a concordância quase que generalizada de que os intervenientes, geralmente se consideram pessoas capazes de influenciar a este nível,



como testemunham os gráficos de barra a seguir apresentados.

FIGURA 3 - PERCEÇÃO DOS OUTROS SOBRE O INQUIRIDO

Sei que consigo levar os outros a concordarem com as minhas ideias

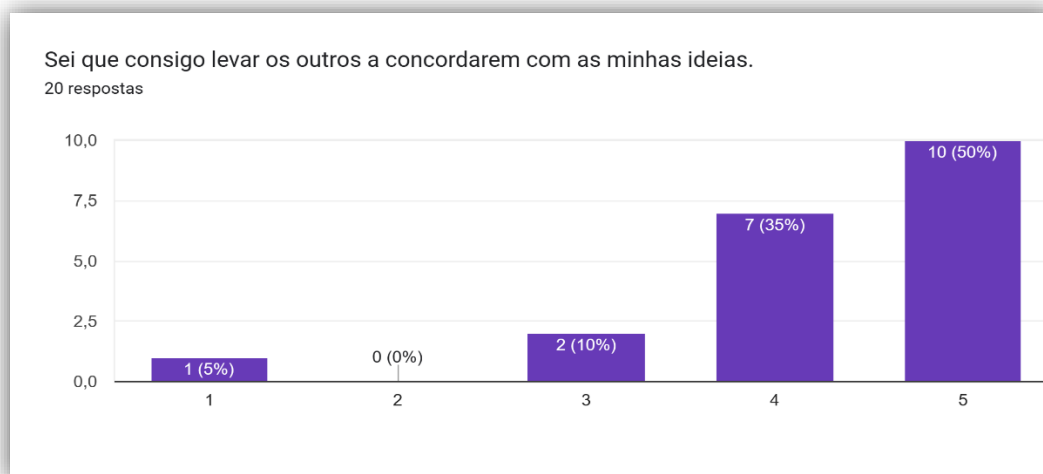


FIGURA 4 - CAPACIDADE DE INFLUENCIAÇÃO DOS INQUIRIDOS

Adapto-me com facilidade à diversidade de situações.

Um dos elementos considerados essenciais na promoção do empreendedorismo ek, sem dúvida a capacidade de um empreendedor em se adaptar. Adaptar a novos contextos, a

novas formas e estratégias de materialização de determinados objetivos e de responder a demandas superiores.

O questionário aplicado trouxe este assunto e quase a totalidade dos inquiridos se consideram pessoas empreendedoras capazes de adaptar com facilidade a diversas situações. Todos os inquiridos concordam ou concordam muito quando foram questionados sobre esta particularidade.

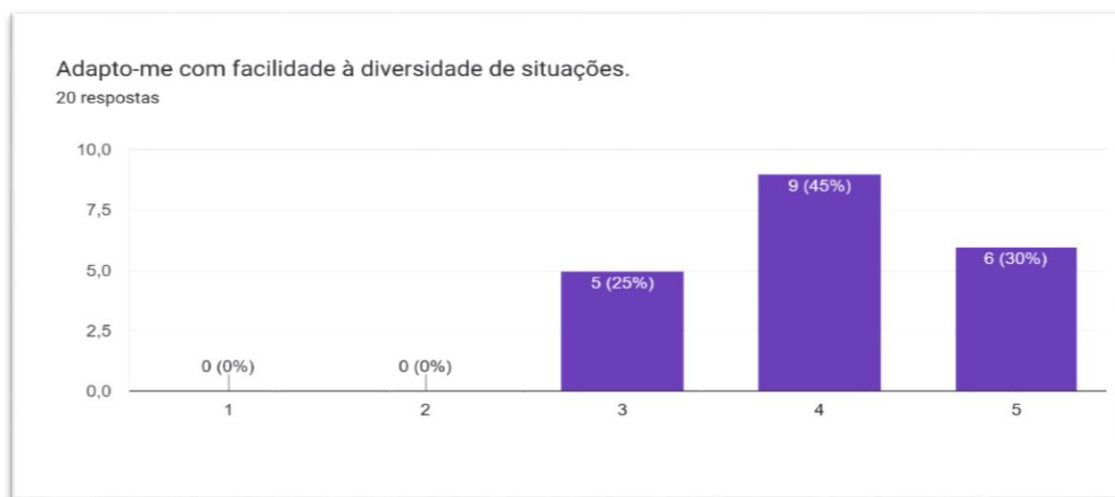


FIGURA 5 - FACILIDADE DE ADAPTAÇÃO

Considero-me uma pessoa dinâmica e proactiva.

Nesse quesito particular o questionário procurou perceber que percepção os nossos inquiridos possuíam sobre si quanto a proatividade e dinâmica. Foram levados a auto questionarem sobre um aspeto importante e que define o perfil de um empreendedor. O gráfico apresentado corrobora com a afirmação de que os nossos inquiridos se consideram pessoas proativas e dinâmicas. Todavia, dado que este aspeto seja pertinente e define o perfil de um empreendedor, destaca-se nesta análise o fato de 5% dos inquiridos manifestar que não concorda que seja proativa e dinâmica e ainda os cerca de 10% que apenas concorda, levando a crer que este domínio específico seja ponto de referência para intervenções futuras.

O gráfico ilustra a descrição feita e apresenta melhores elementos visuais.

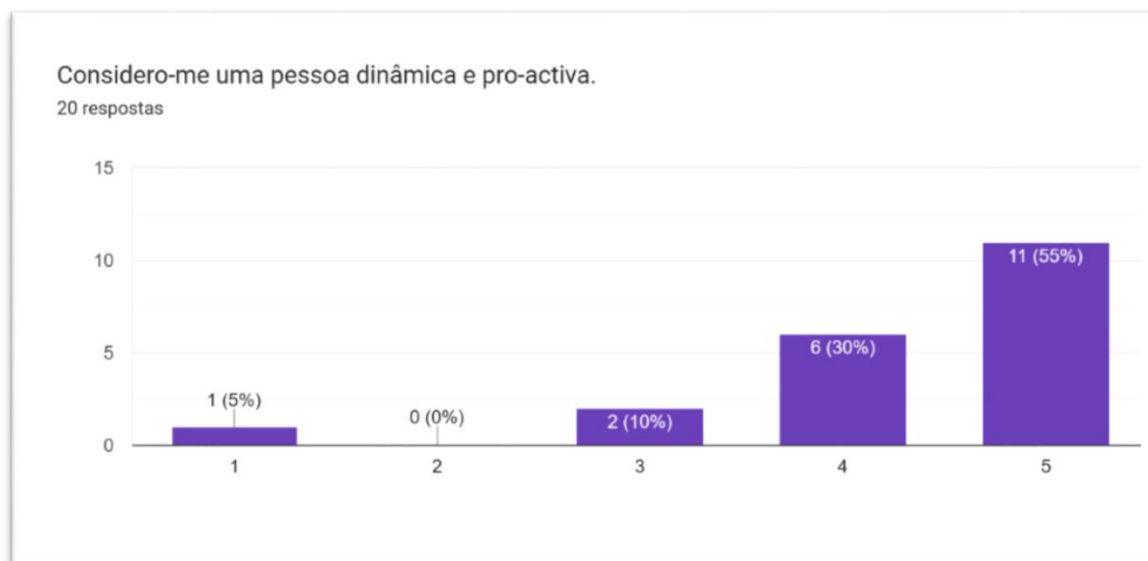


FIGURA 6 - DINÂMICA E PROATIVIDADE DOS INQUIRIDOS

Não tenho medo de tomar uma atitude arrojada.

Discorrendo sobre o perfil dos inquiridos, o inquérito propunha neste particular, conhecer a determinação ou não dos intervenientes quando fosse necessário ter atitudes arrojadas, com coragem e confiança. Ao questionário sobre este assunto, foram obtidas respostas dispares, todavia que corroboram o intento de que os inquiridos não se sentem amedrontados quando tem de tomar decisões e atitudes que demandam coragem e ousadia. Os resultados mostram que a maioria dos inquiridos concorda (35%), concorda muito (50%) ou concorda muitíssimo (5%) que, de uma maneira geral não têm medo de tomar uma atitude arrojada.

O gráfico demonstra esta descrição e permite perceber o lado oposto dos que respondem com menos assertividade e confiança ao questionamento.



FIGURA 9 - TOMADA DE ATITUDES ARROJADAS

Expresso bem as minhas ideias e capto a atenção dos outros.

Praticamente todos concordam (10%), concordam muito (25%) ou concordam muitíssimo (60%) em como, de uma maneira geral, expressam bem as suas ideias e captam a atenção dos outros. Atento ao gráfico, pode-se perceber a incidência das respostas sobre a concordância dos inquiridos.

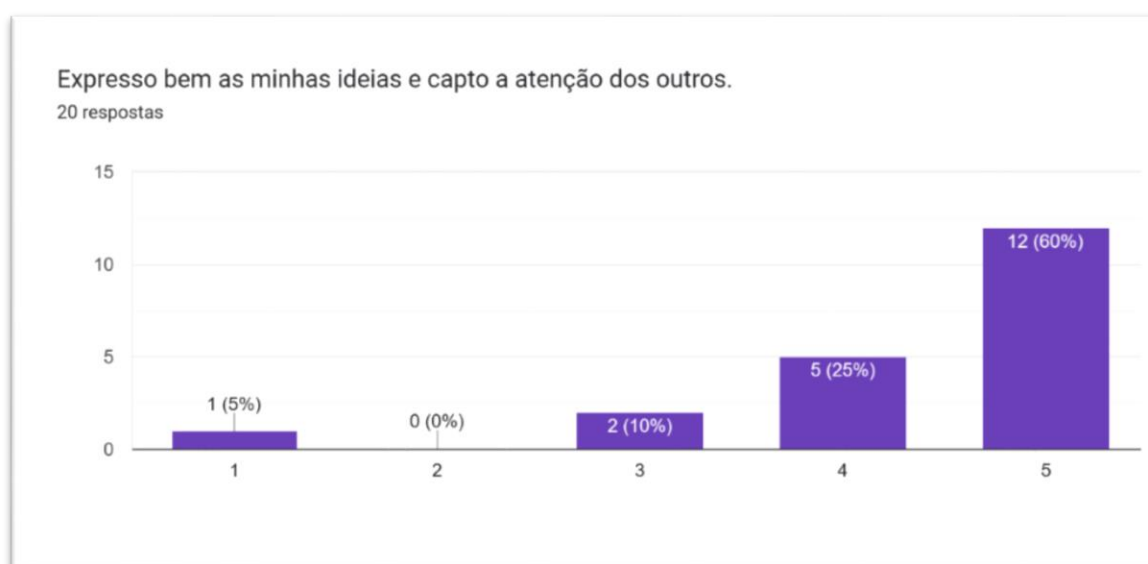


Figura 10 - Capacidade de expressão e captação da atenção dos outros

- **Competências Orientadas para a Acção (Intraempreendedorismo)**

Considero-me uma pessoa que sabe gerir o seu tempo.

O questionário, nesta secção particular, seguia com questionamentos específicos sobre o autoconhecimento do empreendedor a fim de permitir que estes tenham uma maior perceção de si. Dai que tenha surgido esta pertinente questão sobre a capacidade individual de gestão do tempo, outro elemento chave quando se decide pelo empreendedorismo. Como se diz na gíria popular “tempo é dinheiro” e a sua gestão coerente, pedagógica e de qualidade se torna fator preponderante no alcance dos desígnios e desideratos do empreendimento e do empreendedor.

Aplicado o questionário, o resultado permitiu perceber que, de uma forma geral, os empreendedores se consideram pessoas com capacidade de gestão do tempo. Outrossim, se de um lado a grande maioria concorda muito ou concorda muitíssimo quanto à gestão do tempo, nota-se que, por outro lado, um número ínfimo de intervenientes (5%) considera que não concorda quanto à questão da gestão do tempo, mostrando que tem dificuldades a este nível.

O gráfico apresentado a seguir ilustra a descrição feita.

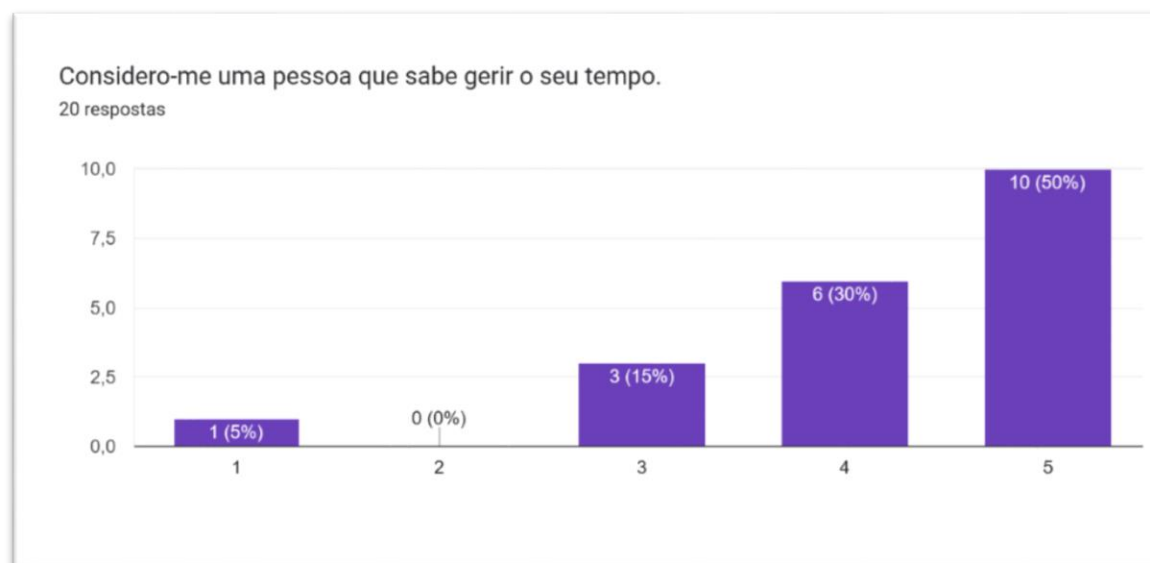


FIGURA 11 - CAPACIDADE DE GESTÃO DO TEMPO DOS INQUIRIDOS

Não tenho por hábito adiar o que posso fazer hoje.

Atitude normalmente recorrente entre as pessoas é o de adiar ações para outros dias ou outras oportunidades. Ao nível do empreendedorismo, esta questão surge como um complemento do perfil do empreendedor e, no questionário, visava conhecer qual era a atitude que os inquiridos dispunham em face de ações que devem ser levadas a cabo.

Da aplicação do questionário resultou a concordância máxima dos inquiridos em como 15% concordam, 25% concordam muito e ainda 45% concordam muitíssimo, de maneira geral, não é habitual o adiamento das ações e atividades planeadas e determinadas a serem executadas no dia. O gráfico a seguir demonstra esta descrição.



Figura 12 - Hábito de adiar dos inquirido

- **COMPETÊNCIAS DE GESTÃO DO RISCO (Empreendedorismo)**

Sou uma pessoa que assumo o risco de tentar agarrar uma oportunidade.

O questionário procurou compreender também se os empreendedores se consideravam como pessoas determinadas a assumirem riscos e aproveitarem as oportunidades que vão surgindo. Entendido como variáveis muito importantes quando se empreende, o resultado da aplicação do questionário trouxe a informação de alguma relutância quando aos riscos e às oportunidades. Isto porque, de sua aplicação, depurou-se que prevalece uma percentagem (5%) de inquiridos que admite concordar pouco neste particular. Entretanto, a grande maioria concorda ou concorda muito e muitíssimo em como são pessoas que assumem riscos e aproveitam as oportunidades que surgem. O gráfico a seguir mostra esta descrição.



FIGURA 13 - CAPACIDADE DE ASSUMIR RISCOS E APROVEITAR OPORTUNIDADE

Procuro cumprir as regras e manter a ordem de modo a realizar sempre as tarefas propostas.

De uma maneira geral todos os inquiridos consideram que procuram cumprir as regras e mantêm a ordem de modo a realizar as tarefas propostas. A observação do gráfico a seguir permite esta leitura e análise.

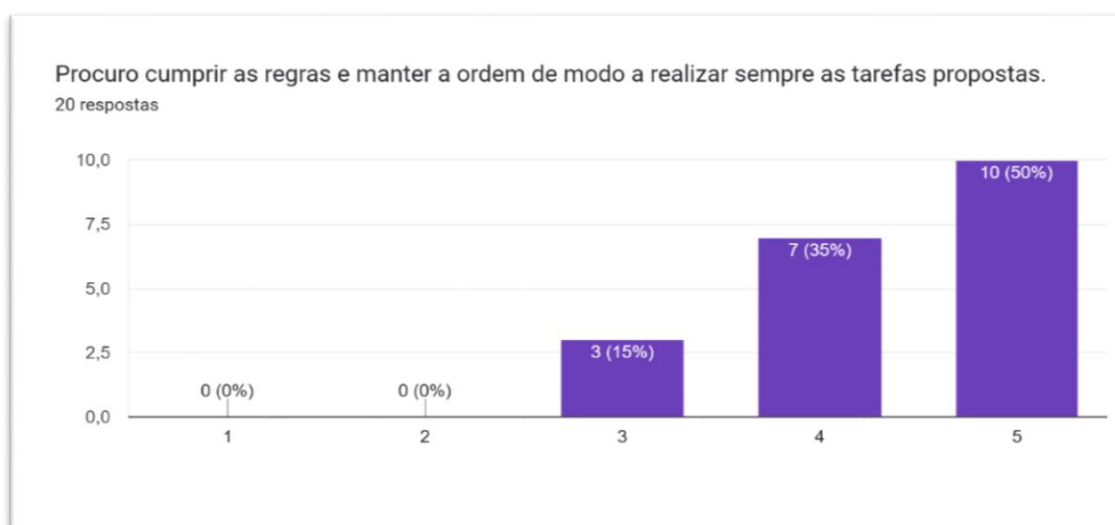


Figura 14 - Disponibilidade para cumprir regras e manter a ordem

Nunca desisto das minhas ideias ou tarefas.

Para perceber melhor até que ponto os inquiridos deste estudo possuíam capacidade de resiliência, foram questionados sobre se desistem com facilidade ou não de suas ideias de empreendimentos. Aqui percebeu-se de novo uma certa relutância e alguma disparidade nas respostas. Se por um lado 45% dos intervenientes consideram que, de uma maneira geral, nunca desistem de suas ideias e 40% concordam muitíssimo na mesma linha de pensamento, surgem do outro lado 10% de intervenientes que não concordam e que, por isso, desistem com facilidade de suas ideias e projetos. Nota-se ainda que 5% destes inquiridos apenas concorda com o questionamento. Observa o gráfico a seguir.

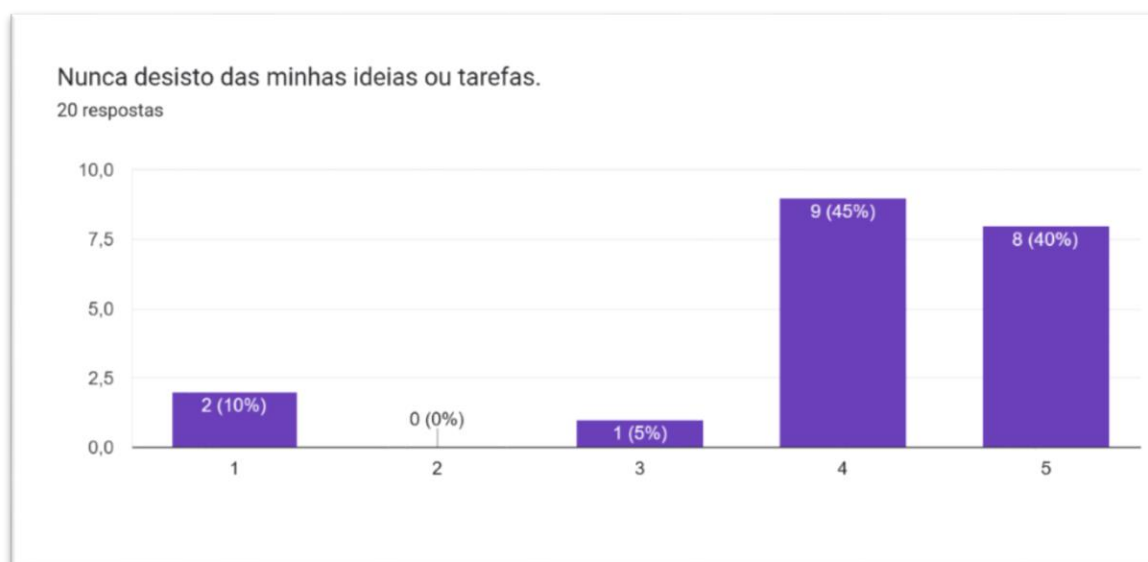


Figura 15 - Capacidade de resiliência dos inquiridos

Freqüentemente digo a mim próprio para não desanimar e seguir em frente.

Todo o empreendimento exige e obriga a que o empreendedor tenha diferentes atitudes que possam garantir eficiência e eficácia. E acima de tudo longevidade. Muitas vezes para garantir e recuperar a autoestima torna-se necessário o estabelecimento de autoinstruções positivas. Principalmente em contexto de um determinado desanimo porque nem sempre as coisas correm bem. É neste quadro particular que surgiu a questão sobre a forma como são geridos os momentos de desanimo. Os inquiridos concordam (5%), concordam muito (20%) ou concordam muitíssimo (70%) que em contexto de

certo desanimo dão instruções positivas a si próprios no sentido de não desanimarem e seguirem em frente. O gráfico seguinte detalha esta descrição.



FIGURA 16 - AUTOINSTRUÇÕES POSITIVAS

- **COMPETÊNCIAS RESPEITADORAS (Empreendedorismo)**

Tenho facilidade em escutar e colocar-me na perspectiva do outro.

Outros elementos importantes determinantes do perfil de um empreendedor surgem neste questionário. São dois elementos cruciais que, de certo modo, privilegiam a boa relação e culminam na qualidade do empreendimento criado. Os inquiridos foram instados a opinarem sobre a facilidade de escuta dos outros e de se colocarem na posição dos outros com os quais relaciona e presta serviços.

Recolhidas as respostas ao questionamento percebeu-se que, quase por unanimidade, os inquiridos se consideram pessoas com capacidade e facilidade de escuta dos outros e que se colocam na perspectiva dos outros, quando necessário for. 50% dos nossos inquiridos concordam muito com esta perspectiva, enquanto que 40% concorda muitíssimo.

O gráfico ilustra esta descrição.



FIGURA 17- CAPACIDADE DE ESCUTA E DE SE COLOCAR NA PERSPETIVA DO OUTRO

Seja qual for a situação procuro sempre agir com rectidão e honestidade.

Surgiu a certo ponto do questionário um questionamento sobre que valores os inquiridos importam no relacionamento humano que estabelece quando se encontra tanto em contexto de empreendimento como em qualquer outra circunstância do quotidiano. De uma maneira geral, praticamente todos os inquiridos (95%) consideram que seja qual for a situação, procuram sempre agir com retidão e honestidade.

Reconhecendo, todavia, que este campo trata de elementos fundamentais para a vivencia e para a afirmação da personalidade de um homem e de uma mulher, tanto em contexto relacional como em contexto de escala de valores, preocupa de certo modo a prevalência de 5% de inquiridos que não concorda com esta afirmação, negando-a. O gráfico a seguir mostra esta realidade.

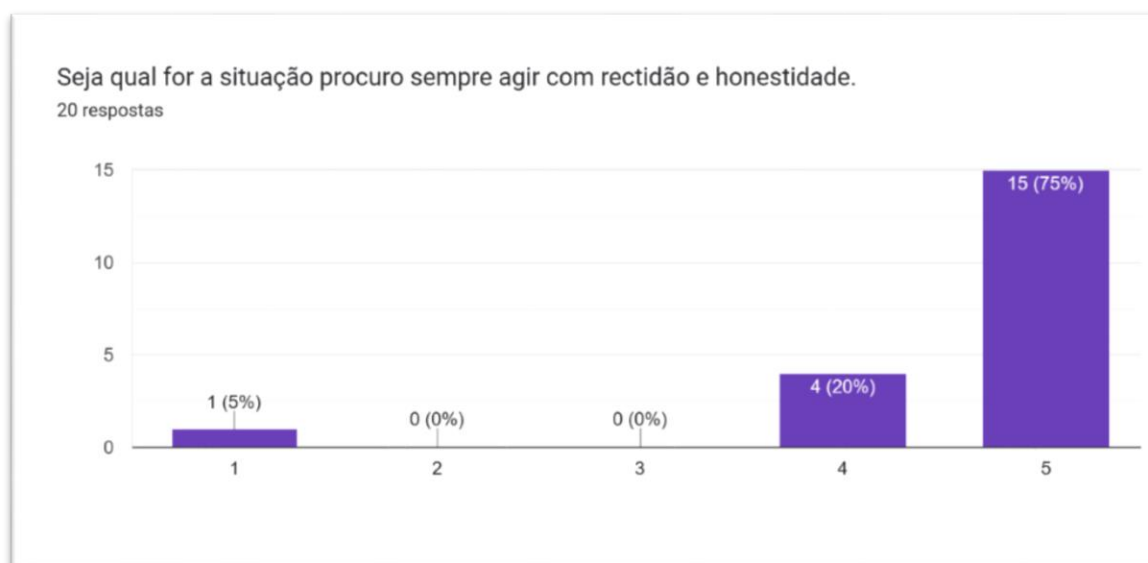


FIGURA 18 - VALORES DOS INQUIRIDOS

Qualquer que seja a situação tento adoptar uma atitude compreensiva.

Raros foram os casos nos quais os intervenientes deste estudo consideram que maneira geral não adotam uma atitude compreensiva perante as situações. Apenas 5% destes intervenientes corrobora esta afirmação. Por outro lado, instados a responderem a este questionamento, a maioria dos intervenientes concorda (15%), concorda muito (25%) ou ainda concorda muitíssimo (55%) que, de uma maneira geral, qualquer que seja a situação tentam adotar uma atitude compreensiva. O gráfico seguinte descreve melhor esta descrição.

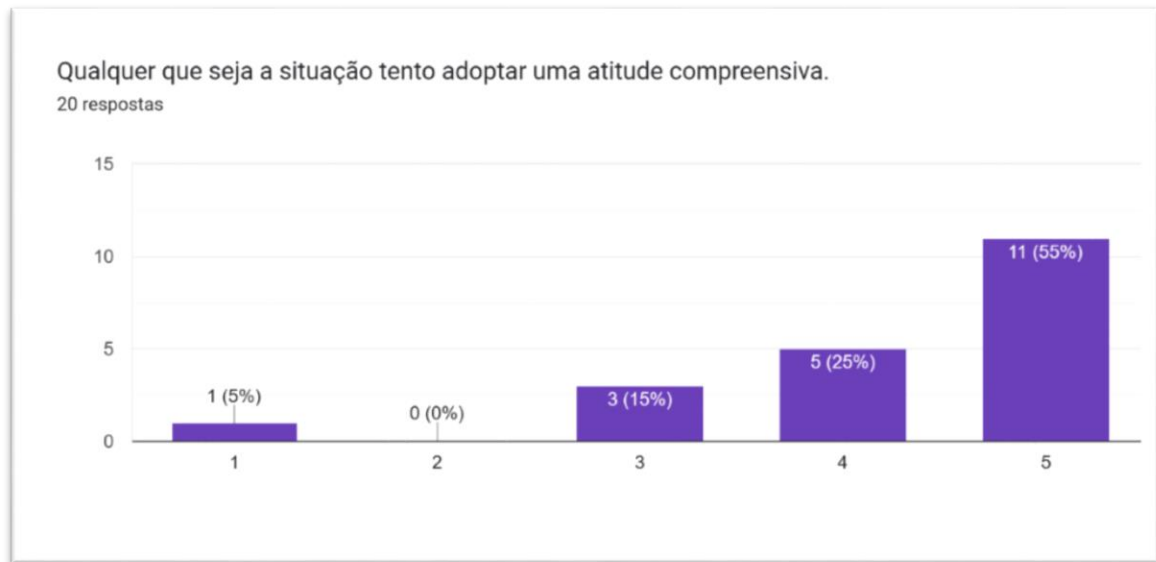


FIGURA 19- ATITUDE ADOTADA PERANTE AS SITUAÇÕES

95% dos intervenientes do estudo, sendo 30% dos que concordam e 65% dos que concordam muitíssimo de que, geralmente se consideram pessoas que pensam se preocupam com os outros. Apenas 5% considera que de forma geral, não concorda que seja uma pessoa que pense e se preocupe com os outros, deixando espaço para posterior análise. O gráfico seguinte descreve esta análise.



FIGURA 20 - PERCEÇÃO DOS OUTROS

- **COMPETÊNCIAS REALIZADORAS (Empreendedorismo)**

Sou conhecido por ser uma pessoa trabalhadora.

O questionário aplicado compunha-se de questões que levaram os intervenientes a fazerem juízo sobre si, mas também a terem a clara percepção sobre o que os outros pensavam de si. Neste particular, o questionamento incidiu sobre a sua capacidade de trabalho, propondo obter respostas sobre se, geralmente as pessoas consideram estes intervenientes de pessoas trabalhadoras ou não. As respostas foram evidentes, demonstrando que 80% dos inquiridos, de uma maneira geral concorda muitíssimo que são conhecidas como pessoas trabalhadoras. O gráfico a seguir é um recurso que permite melhor análise das respostas obtidas.

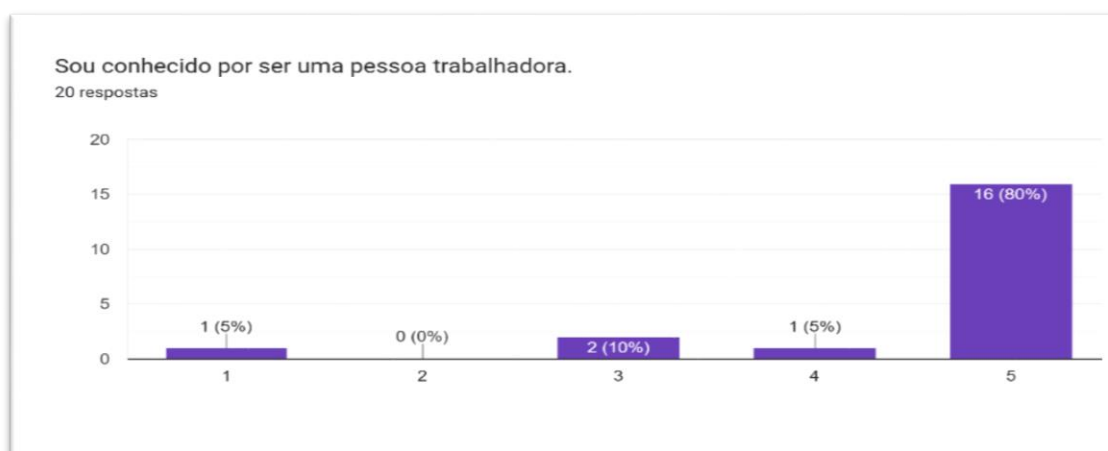


FIGURA 21 - CAPACIDADE DE TRABALHO DOS INQUIRIDOS

Sinto-me motivado para me realizar profissionalmente

A realização profissional de um empreendedor apareceu associado ao questionário aplicado. A intenção foi perceber até que ponto os intervenientes do estudo manifestam o desejo de realização profissional, dentro do seu empreendimento e sua ideia de negócio. A maioria deseja realizar-se profissionalmente, como detalha o gráfico a seguir.



FIGURA22 - DESEJO DE REALIZAÇÃO PROFISSIONAL DOS INQUIRIDOS

Sou uma pessoa com sentido de responsabilidade.

Outra atitude considerada fundamental que deve emanar da personalidade de um empreendedor é a responsabilidade. Naturalmente o questionário incidiu também sobre este aspeto e procurou perceber o nível e o sentido de responsabilidade dos inquiridos.

Da análise às respostas obtidas, percebeu-se que a grande maioria concorda (5%), concorda muito (20%) ou ainda concorda muitíssimo (70%) que, de uma maneira geral, se consideram pessoas com grande sentido de responsabilidade. Realce ainda para o contraditório verificado em 5% de inquiridos que responde negativamente ao questionário, manifestando a sua não concordância quanto ao sentido de responsabilidade, disseminando interesse em estudos posteriores.

O gráfico a seguir mostra esta análise.



FIGURA23 - SENTIDO DE RESPONSABILIDADE DOS INQUIRIDOS

Consideram-me uma pessoa criativa e inovadora.

Questionados sobre este assunto, os intervenientes mostram afirmativamente que, na sua opinião consideram que os outros os consideram pessoas criativas e inovadoras. A concordância é praticamente unânime sendo 15% concordam, 15% concordam muito e ainda 65% concordam muitíssimo que sejam consideradas como tal. Para melhor perceção, o gráfico a seguir descreve em termos visuais estas respostas.

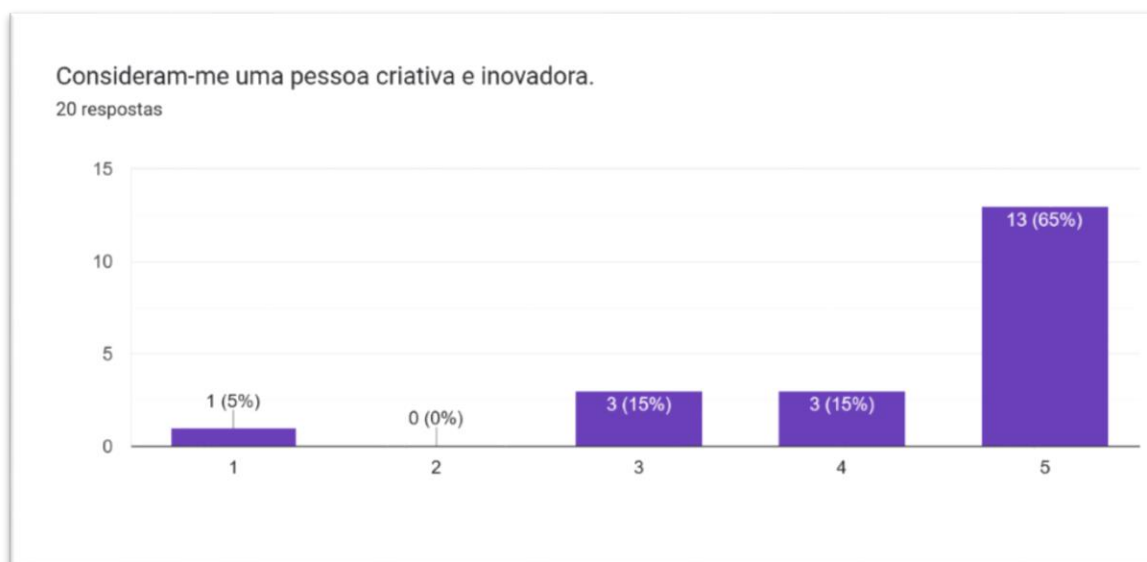


FIGURA 24- CAPACIDADE INOVADORA E CRIATIVA DOS INQUIRIDOS

Sou uma pessoa que presta atenção ao pormenor.

Para finalizar o questionário, os inquiridos foram chamados a emitirem um juízo sobre o seu grau de observância dos pormenores e sobre sua perspetiva de sucesso. Reconhecendo a importância da atenção que se deve dar aos pormenores, quando se está perante situações de empreendimentos, o questionário propôs discorrer sobre que tipo de pessoas eram os inquiridos, quando se tratasse de ter em devida conta os pormenores. Foram recolhidas respostas assertivas que concordam (5%), concordam muito (25%) ou concordam muitíssimo (65%) com a prerrogativa que os inquiridos, de forma geral, sejam pessoas atentas aos pormenores.

Outrossim, instados a opinarem sobre as perspetivas de sucesso, a concordância volta a ser quase unanime quando 5% dos inquiridos concordam, 30% concordam muito e ainda 60% concordam muitíssimo de que, de uma maneira geral sejam pessoas determinadas para o sucesso, disseminando confiança e ousadia. Todavia, ficou patente a prevalência de 5% de inquiridos que, de acordo com as respostas dadas em cada uma das questões se mostrarem desatentos aos pormenores e não otimistas quanto ao sucesso, não concordando num caso e concordando pouco, noutra caso.

Os gráficos apresentados em seguida vislumbram estas análises e asseguram um aspeto visual que permita melhor percepção.

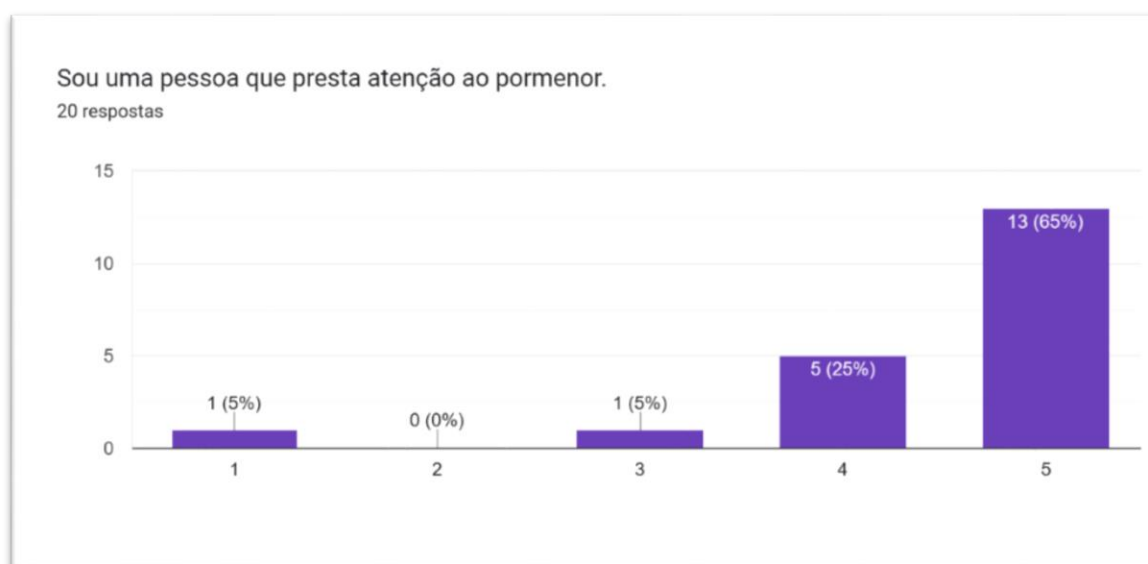


FIGURA25 - CAPACIDADE DE ATENÇÃO AOS PORMENORES

Considero-me uma pessoa determinada para alcançar o sucesso.



Figura 26 - Perspetivas de sucesso dos inquiridos

- **Competências Identificadoras de oportunidade (Intraempreendedorismo)**

Nunca me escapa uma boa oportunidade de investimento.

A questão seguinte procurava perceber até que ponto os inquiridos identificavam e aproveitavam as oportunidades de investimento que surgissem. Aqui percebeu-se que cerca de 15% dos inquiridos, sendo 10% não concorda e 5% concorda pouco, que facilmente deixam escapar as oportunidades de investimento que surgem. Por outro lado, os restantes 85% dos inquiridos concorda (15%), concorda muito (35%) ou concorda muitíssimo (35%) que nunca se lhes escapam uma boa oportunidade de investimento.

O gráfico a seguir apresentado ilustra esta descrição.



FIGURA 27- OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO

- **Competências para Trabalhar em Grupo (Intraempreendedorismo)**

Gosto de trabalhar em grupo e procuro ser sempre colaborante.

Instados a emitirem seu juízo sobre a questão do trabalho em equipa e a prestar colaboração, os inquiridos, na sua maioria concordam (5%), concordam muito (30%) ou concordam muitíssimo (55%) que, de uma maneira geral gostam de trabalhar em grupos e procuram sempre ser colaborantes. Apenas 10% (2 inquiridos) concordam pouco.

O gráfico a seguir detalhar melhor esta descrição.

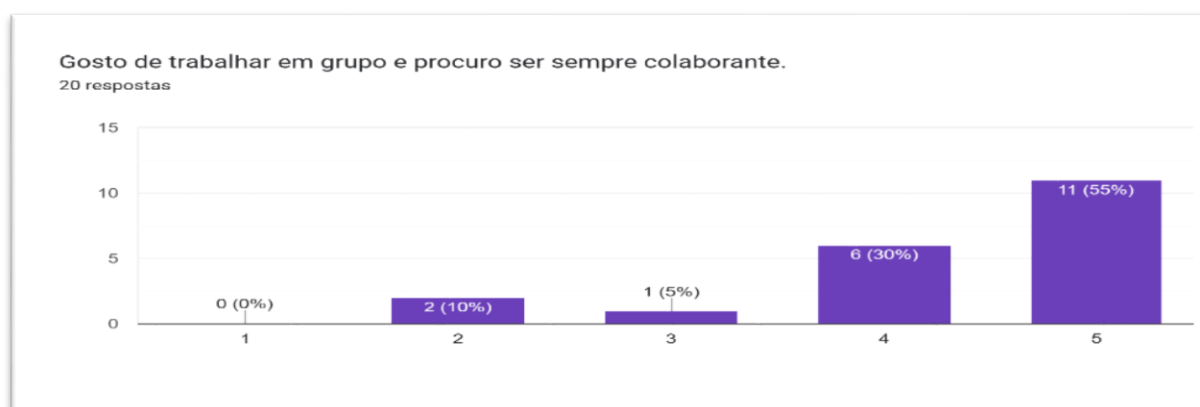


FIGURA28 - CAPACIDADE DE TRABALHO EM EQUIPA E COLABORAÇÃO

Mantenho a calma e consigo pensar e trabalhar em situações de tensão.

A capacidade de trabalho sob pressão e num ambiente de tensão foi proposto como elemento chave neste questionário a fim de perceber que atitudes os inquiridos costumam adotar quando isto ocorre. Ao questionamento registaram-se diferentes respostas, todavia com grande impacto em respostas positivas. Ou seja, grande maioria concorda (3%), concorda muito (60%) ou concorda muitíssimo (15%) que, de uma forma geral, em situações de tensão e de pressão mantêm a calma e conseguem pensar e trabalhar, apesar da hostilidade do contexto. Por outro lado, uma minoria, não concorda (5%) ou concorda pouco (5%) que quando existe tensão não conseguem trabalhar. O gráfico a seguir mostra esta descrição.



FIGURA29 - TRABALHO SOB PRESSÃO/ TENSÃO

Sei aquilo que quero, pelo que não me aflige tomar decisões.

O questionário propôs neste item particular perceber até que ponto os inquiridos tinham foco e determinação naquilo que resolveram empreender. O questionamento foi bem claro, assim como a concordância unânime de todos (20% concordam, 55% concordam muito e 25% concordam muitíssimo) de que, geralmente sabem bem aquilo que querem pelo que não temem a tomada de decisões. O gráfico seguinte descreve melhor esta análise.

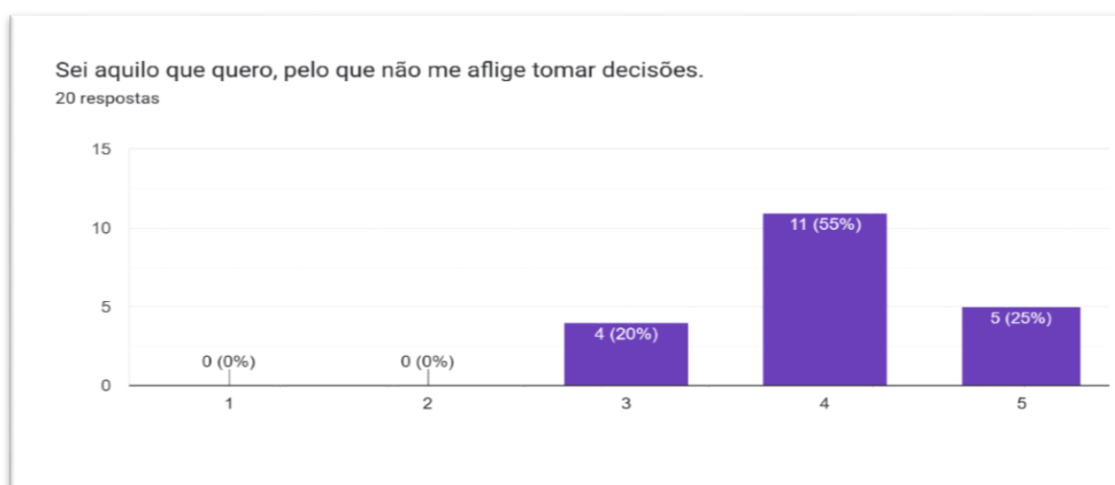


FIGURA 30 - FOCO E DETERMINAÇÃO PARA TOMADA DE DECISÕES

Sou uma pessoa com aptidões para planejar, coordenar e organizar

empreendimentos.

Unanimidade disse que sim. Senão veja-se: 20% dos inquiridos concorda; 10% concorda muito e 65% concorda muitíssimo (vide gráfico em baixo). As valências do questionamento representam elementos pertinentes e, por isso, procurou-se trazer para o questionário esta questão fitando perceber as qualidades organizacionais dos inquiridos.

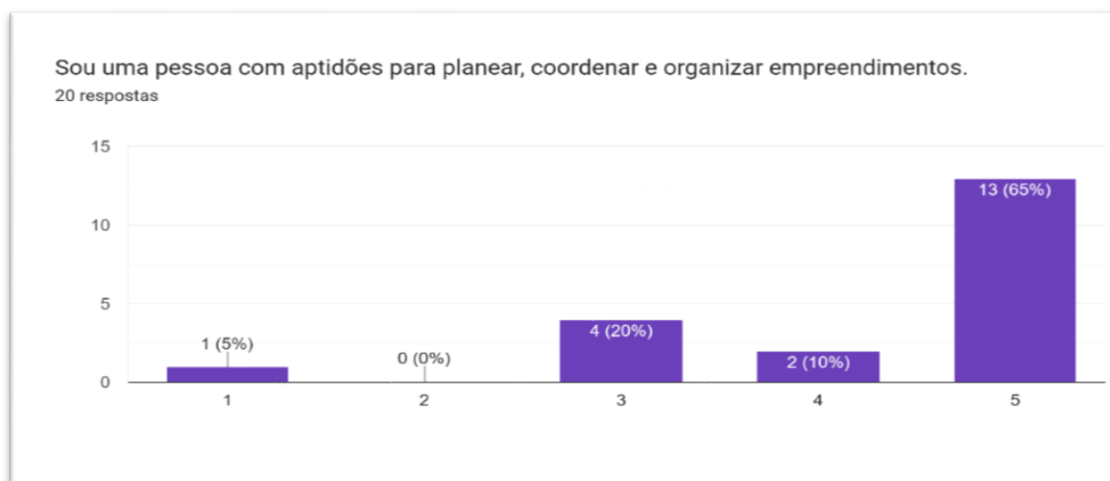


FIGURA 31 - APTIDÕES PARA PLANEJAR, COORDENAR E ORGANIZAR EMPREENDIMENTOS

Face a um empreendimento sou capaz de desenvolver e apoiar a sua utilização

adequada ao contexto de trabalho.

Os inquiridos responderam afirmativamente que, face a um empreendimento eram capazes de desenvolvê-lo e apoiar a sua utilização, adequando-o ao contexto de trabalho. Percebeu-se que a concordância face à questão é de 95%, sendo que 15% concordam, 55% concordam muito e, 25% concordam muitíssimo. O gráfico apresentado em baixo descreve melhor esta análise.

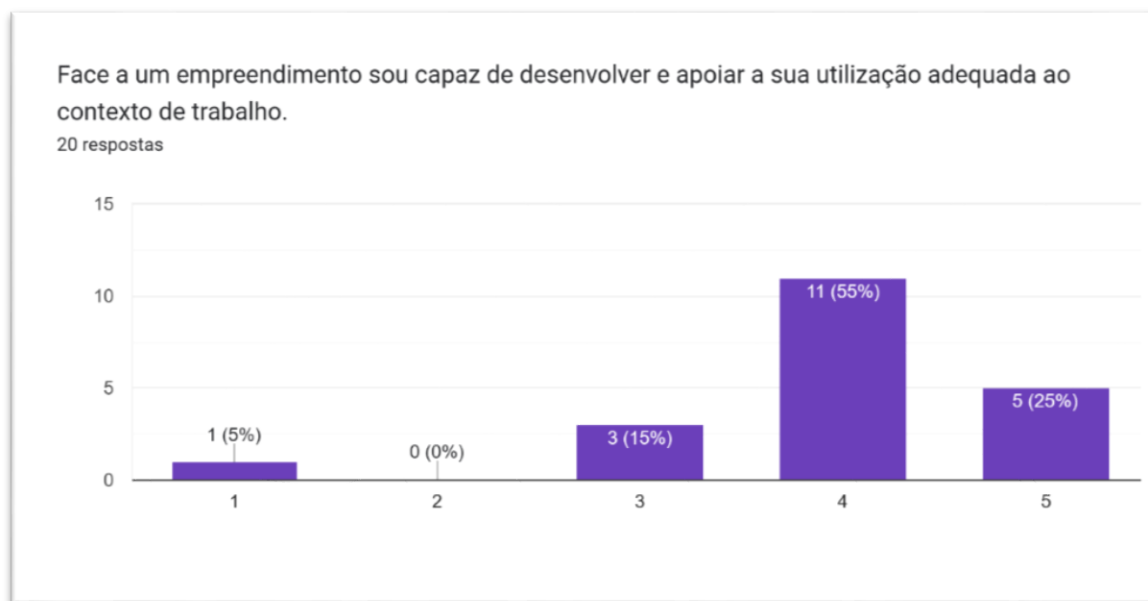


FIGURA 32 - CAPACIDADE DE DESENVOLVER E ADEQUAR O EMPREENDIMENTO

O meu conhecimento e formação técnica têm sido muito úteis para os meus empreendimentos.

O conhecimento e a formação técnica dos inquiridos foram também trazidos para o estudo e apresentadas como condimentos particulares para a boa condução dos empreendimentos. Os inquiridos foram instados a deixarem sua perceção sobre até que ponto a formação técnica e os conhecimentos detidos tinham sido importantes para os seus empreendimentos.

Os resultados obtidos mostram que os inquiridos consideram o conhecimento e a formação técnica como importantes e muito uteis para os seus empreendimentos. A concordância é quase unanime neste quesito particular. 10% dos inquiridos concorda, 20% concorda muito e 65% concorda muitíssimo que a formação técnica e o conhecimento sejam uteis para os seus empreendimentos. Apesar desta concordância, ganha alguma relevância o fato de 5% dos inquiridos não concordar muito em como a formação técnica e o conhecimento sejam uteis aos empreendimentos e deixa espaço para estudos posteriores, como tem sido aconselhado ao longo da análise aos questionários neste capítulo específico. O gráfico a seguir ilustra melhor a análise textual.

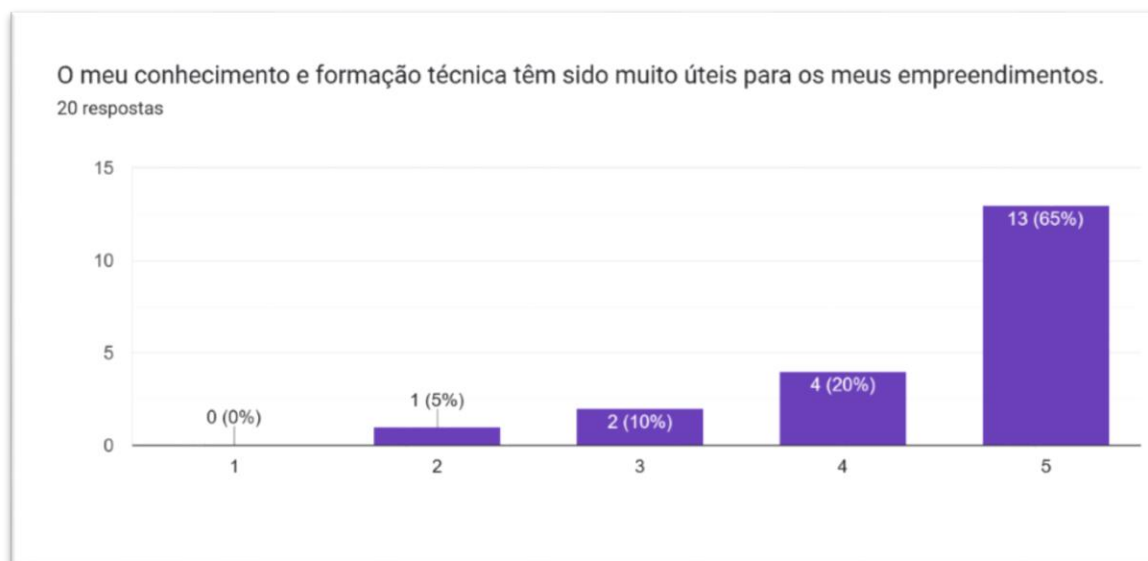


FIGURA 33- IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO E DA FORMAÇÃO TÉCNICA

12.4. Breves considerações sobre os questionários

O Questionário de Competências Empreendedoras (Faria, M.C. (2011)) possui uma das vantagens que é a de permitir identificar a existência de competências empreendedoras, em cada indivíduo ou num grupo identificado, constituindo um avanço para o estudo desenvolvimento do empreendedorismo e do intraempreendedorismo nos contextos educacionais, organizacionais e empresariais, de emprego e de trabalho.

Porém em relação aos outros instrumentos utilizados neste domínio o QCE, para além de apresentar características psicométricas bastante satisfatórias, é de fácil administração.

ENTRETANTO APARTIR DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS, OS RESULTADOS QUE OBTIVEMOS CONFIRMAM QUE A MAIORIA DESSAS MULHERES POSSUEM COMPETÊNCIAS CRIADORAS, REALIZADORAS, RESPEITADORAS, ENTRE OUTRAS COMPETÊNCIAS.

PARTE III- PROJETO DE INTERVENÇÃO: Ouro Azul

13. Proposta de um Projeto de Intervenção

O presente projeto de intervenção surge com base nos resultados de todo o estudo realizado e apresentado neste documento. Depois de perceber que, apesar de algumas iniciativas levadas a cabo por instituições e departamentos do governo e por instituições supranacionais e ONGs, para a promoção do empreendedorismo feminino, ainda persistirem muita resistência e dificuldades em desenvolver projetos aliciantes perto das mulheres e, numa altura em que a economia azul é axioma da humanidade, trazendo à ribalta questões que tem a ver com maior aproveitamento das oportunidades e potencialidades que o mar nos oferece sem descuidar a necessidade de preservação ambiental, o equilíbrio do ecossistema marinho e a preservação de espécies em vias de extinção, e então passamos a apresentar algumas idéias sobre o projeto.

13.1. Fundamentação do projeto de intervenção

Cabo Verde é um pequeno país arquipelágico, com uma localização geográfica pertinente, em pleno oceano atlântico. Todas as suas dez ilhas são banhadas por extensas costas litorais, que convida ao investimento no mar. Desde sempre, o mar foi o maior recurso destas ilhas, sendo verdade que, por causa deste recurso natural, os Portugueses e outros povos europeus chegaram às ilhas, em 1460, quando iniciaram o programa de expansão marítima.

As ilhas possuem enormes potencialidades ao nível da economia marítima, tanto para o turismo de sol e praia, visto que em todo o ano faz calor, como para outras atividades ligadas e associadas diretamente ao mar. O povo das ilhas tem uma afinidade especial com o mar, apesar de só agora despertar para as oportunidades que ele oferece. Hoje em dia já surgem projetos ambiciosos de melhor aproveitamento do mar para benefício próprio, configurando-se em grandes empreendimentos que propõem, por exemplo, a captura de pescado para a transformação, a criação de viveiros naturais bem como a produção em serie e conservação de moluscos e outras espécies em vias de extinção, como a tartaruga careta-careta.

Quando se fala em Cabo Verde de empreendimentos associados ao mar e à economia azul, encontramos as mulheres no topo dos promotores. Desde logo porque são elas que

comercializam o peixe, mas também, são elas que se dedicam mais às atividades ao mar associadas. A extração de inertes (areia), a transformação do pescado de forma artesanal (com recurso à secagem ou ao salgamento) ou mesmo de forma semi-industrial (através de projetos e ideias de negócios inovadores como por o Butique de peixe, etc.) são todas atividades dominadas por mulheres.

O mar, desde sempre se configurou como meio para o empoderamento e emancipação feminina em Cabo Verde, pelo que o presente projeto de intervenção se encaixa dentro de um eixo prioritário. Todas as iniciativas que têm foco na economia azul e no empoderamento feminino são projetos, à partida inovadores e merecedores de seguimento, financiamento e efetiva entrada em vigor.

13.2. Designação do projeto de intervenção

Viveiro natural das localidades piscatórias da cidade de Assomada, ou seja Santa Catarina. A perspetiva inicial é de proteção da biodiversidade marinha e de desenvolvimento sustentável tendo por ação base a convivência de espécies em vias de extinção num ambiente protegido e com garantia de seguimento e tratamento devido. Espécies como a tartaruga careta-careta, por exemplo, serão preservadas e bem conservadas.

O viveiro idealizado preconiza a captura de diferentes tipos de peixes (bodião, peixe espinho, etc.) e de mariscos (camarão, lagosta) que, mediante um processo bem definido de seguimento e acompanhamento, serão criados e comercializados mais tarde. O processo de acompanhamento e de comercialização das espécies será da responsabilidade de técnicos específicos, entendidos na matéria e que, a tempo certo, determinam e controlam a captura para venda e utilização.

O viveiro servirá também para a promoção turística, visto que aponta a atividades variadas: pesca desportiva, passeios náuticos, mergulhos turísticos, restauração e alojamento turístico.

Para a sua efetiva realização, convém que se identifique com mestria o local de sua instalação e implementação, onde seja possível vislumbrar as condições específicas de sua implementação e os recursos humanos que farão parte do empreendimento. Ad hoc deverá existir condições para a instalação de espaços de restauração, de dormidas e de

conservação dos materiais e equipamentos necessários para os diferentes fins do projeto.

13.3. Objetivos

Objetivo geral

- Criar um viveiro natural na cidade de Santa Catarina de Santiago para garantir o empoderamento feminino e a sua conseqüente emancipação financeira, com reflexos positivos na geração de riqueza na sua família e na sua comunidade.

Objetivos específicos

- Identificar o local de implementação do projeto;
- Triar recursos humanos (mulheres) para liderar o empreendimento;
- Recolher espécies de peixes, moluscos e crustáceos para o viveiro;
- Pesquisar sobre os materiais e equipamentos necessários;
- Adquirir os materiais e os equipamentos necessários a efetiva entrada em vigor do empreendimento;
- Estabelecer parcerias institucionais;
- Formar e preparar as pessoas para enfrentarem os desafios impostos pelo empreendimento

13.4. Profissionais envolvidos na dinamização e liderança do projeto

Um grupo de pessoas será importante para alavancar o projeto. A ideia é promover uma convivência sadia entre todos os profissionais que serão envolvidos neste empreendimento específico. Detalhamos a seguir os profissionais para o projeto:

- a) Biólogos marinhos
- b) Mergulhadores
- c) Pessoal administrativo
- d) Administradoras
- e) Pescadores e peixeiras
- f) Cozinheiros
- g) Seguranças

13.5. Público alvo

O presente projeto de intervenção tem como público alvo as mulheres de Santa Catarina, principalmente as mulheres chefes de família.

13.6. Planificação da intervenção

Para assegurar o alcance dos objetivos traçados anteriormente, um conjunto de ações será levado a cabo, segundo detalha o quadro a seguir apresentado.

Objetivo Geral	Objetivos específicos	Atividades	Recursos Humanos
Criar um viveiro natural na cidade de Santa Catarina de Santiago para garantir o empoderamento feminino e a sua consequente emancipação financeira, com reflexos positivos na geração de riqueza na sua família e na sua comunidade	Identificar o local de implementação do projeto Triar recursos humanos (mulheres) para liderar o empreendimento	1. Criação de uma equipa multidisciplinar de terreno para efeito de identificação de locais 2. Definição e identificação dos beneficiários	Técnicos da camara Topógrafos Biólogos marinhos Líderes e responsáveis comunitários
	Recolher espécies de peixes, moluscos e crustáceos para o viveiro	3. Apanha de espécies diferentes e sua transferência para o viveiro depois de tratados	Pescadores, mergulhadores, peixeiras Biólogo marinho
	Pesquisar sobre os materiais e equipamentos necessários Adquirir os materiais e os equipamentos necessários a efetiva entrada em vigor do empreendimento	4. Identificação dos equipamentos em lojas virtuais e lojas físicas no país e na diáspora 5. Aquisição efetiva destes materiais e equipamentos e sua conservação	Mentores do projeto Coordenadores do projeto
	Estabelecer parcerias institucionais	6. Proposta de parcerias com outras instituições do estado e ONGs	Coordenação do projeto, Instituições do estado e ONGs

	Formar e preparar as pessoas para enfrentarem os desafios impostos pelo empreendimento	7. Criação de um plano formativo 8. Implementação de ações de formação 9. Sensibilização comunitária	Coordenação do projeto Equipa pedagógica Formadores Agentes disseminadores
--	--	--	---

13.7. Desenvolvimento sucinto das atividades do projeto

Desde logo, a intervenção pressupõe a identificação do local ou locais onde será possível implementar o projeto. Como referido, estes locais deverão ter as condições necessárias para a implementação de um projeto desta natureza. Tanto condições naturais como condições de segurança e de controlo tácito e facilitado de todo o empreendimento.

Identificados os locais de intervenção torna-se necessário proceder ao levantamento das necessidades, proceder à realização de formações e informações do público alvo e de toda a comunidade circundante, num claro apelo e sensibilização quanto ao projeto, as suas vantagens para todos. Torna-se necessário, depois de realizadas estas ações proceder a intervenções necessárias para garantir a apresentação de um viveiro natural no local identificado, com a introdução de barreiras em rede, boias delimitacionais entre outros aspetos importantes.

Outra atividade importante será a transferência das espécies para o viveiro, depois de tratadas por pessoal competente. Consequentemente, depois de um determinado período de instalação do viveiro, proceder-se-á à monitorização, acompanhamento e posterior apanha e/ou captura para fins comerciais e outros fins.

13.8. Avaliação do projeto

A avaliação do projeto e do empreendimento será feita em três diferentes fases. A fase antes de sua execução (fase preparatória) será fundamental pois é nesta fase que poder-se-á ter a perceção clara do impacto da implementação deste projeto. Através de estudos de opinião junto das comunidades e das mulheres identificadas para liderarem o projeto a equipa de coordenação poderá perceber o nível do impacto do projeto e a sua viabilidade.

Na segunda fase (fase de execução) do projeto as atividades idealizadas para serem levadas a cabo serão ferramentas de avaliação e darão o feedback necessário para se estudar as possibilidades de continuidade. A coordenação estará atenta a tudo que possa assemelhar-se a um feedback da implementação de projeto e, em decorrência deste feedback, estará em condições de definir a continuidade ou não do empreendimento.

Na terceira fase (fase de consolidação) o projeto será elemento de outros estudos maiores promovidos pela equipa de coordenação, pelos líderes do projeto e pela própria comunidade que terá um papel fulcral no sucesso deste empreendimento comunitário. Esta fase devesse fornecer inputs para a melhoria significativa de todas as ações desenvolvidas, preservando-se a promoção do turismo, do desenvolvimento sustentável e da proteção de espécies e da biodiversidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema “empreendedorismo”, tende-se a evoluir e um tema que está na moda e tem sido apresentado como iniciativa capaz de promover a luta contra a crise económica instalada a nível mundial (Caetano *et al*, 2012) e que Cabo Verde não foge à regra. A revisão bibliográfica permitiu perceber de que existem inúmeras definições de

empreendedorismo correndo-se o risco de se perder na variedade de conceitos. No entanto é notória, nas várias publicações que abordam o fenómeno, a contribuição deste para o desenvolvimento de toda a sociedade e a base de criação da sua riqueza.

Apesar do vasto campo conceitual, o empreendedorismo surge como uma forma particular de certos indivíduos (com destaque especial para as mulheres) procurarem oportunidades de abrirem seu próprio negócio, sem medo de assumir riscos e as recompensas derivadas (Robbins, 2001), a fim de fintar as dificuldades impostas pelo contexto sociofamiliar e económico.

Por outro lado, o empreendedorismo feminino, visto como o movimento encetado pelas mulheres em busca de sua emancipação e desejo de serem protagonistas de sua própria história (Simões, 2008), faz com que a mulher se torne mais empoderada e possa se rever como uma mulher com direitos, confiante e capaz de realizar uma atividade empreendedora em cujo resultado desenvolva a comunidade. Este deveria ser o objetivo de toda a mulher que trilha este caminho. A mulher empreendedora cumpre um importante papel, quando decide ser mais que uma empreendedora e sim uma cidadã consciente, no que tange às ações que realiza ao empreender e que redundem em transformação comunitária.

O movimento sempre em crescendo das mulheres em busca de emancipação financeira, sociofamiliar económica é reconhecida pela OECD, que informa no seu relatório, um crescimento na taxa de empresas criadas por mulheres, superando os homens (OECD, 1998), suportando tal fato em argumentos como o descontentamento com relação à liderança masculina, a vontade de criar o próprio negócio e a busca de novos desafios (Anderson, 1996).

Tal evento social universal ocorre também em Cabo Verde, onde se verifica uma crescente procura de mulheres por emancipação e empoderamento através do empreendedorismo, presença assídua na política bem como na delimitação e definição de políticas que promovam e proporcionem a igualdade de direitos e de oportunidades. Apesar disto, o empreendedorismo em Cabo Verde ainda é latente e só ultimamente se despertou efetivamente para a sua promoção. Algumas iniciativas têm sido levadas a cabo, sendo as mais relevantes a constituição da Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação - ADEI que, hoje em dia, representa a Pro-empresa.

Este trabalho versou sobretudo sobre o empreendedorismo feminino em Cabo Verde, mais concretamente no interior da ilha de Santiago, na cidade de Santa Catarina – Assomada. Depois de uma grande incursão pelas mais variadas bibliografias e de um estudo empírico, prático, com recurso a métodos e técnicas específicas de recolha de dados, percebeu-se que ainda persistem muitas barreiras à promoção da igualdade de oportunidades, quando se fala de empreendedorismo, sem descurar uma visão estereotipada da sociedade Cabo Verdiana, em como as mulheres não estão preparadas para enfrentarem determinados projetos e empreendimentos.

Não obstante esta constatação, percebe-se uma grande carência de trabalhos sobre a temática do empreendedorismo no país, o que não passa despercebido à Associação de Jovens Empresários de Cabo-verdianos – AJEC, que recomenda estudos sobre a temática desde logo porque assiste-se a uma elevada taxa de desemprego (jovem e feminino), à necessidade de densificação do tecido empresarial, a uma melhoria da economia real, ao aumento da competitividade, à preocupação existente com a criação de empresas e à alta taxa de mortalidade das empresas existente no país.

Aludiu-se, em determinado momento, ao machismo exacerbado verificado em Cabo Verde, tendo sido tal postulado, apresentado como um elemento peculiar que determina, de certo modo, esta visão estereotipada. Ainda se assiste à configuração de frentes tidas para homens e outras para mulheres, no tocante a tudo que possa assemelhar-se a empreendimentos, profissões, enfim, trabalho. Ainda a mulher é considerada como sexo frágil e incapaz de assumir riscos e desafios, dantes destacados como sendo para homens.

Apesar das iniciativas levadas a cabo por entidades governativas e organizações não governamentais de caráter supranacionais ou privadas para promover a feminização do mercado ao nível de empreendimentos vários, nota-se que grande quantidade de projetos empreendedores são encabeçados por homens, deixando para as mulheres projetos e ideias de negócios considerados femininos.

Na verdade, em contramão, percebe-se que a maioria dos projetos e empreendimentos em Santa Catarina são geridos por mulheres, se atentarmos ao comércio informal, maioritariamente dominado por mulheres e constituindo o principal foco de empreendimentos da cidade.

Em **Santa Catarina**, à imagem do que acontece um pouco por todo o país, são as mulheres que promovem vendas ambulantes, que detêm todo o poder e domínio dos mercados de compra e venda de roupas, nas sucupiras e nas feiras tradicionais que acontecem um pouco por todas as cidades do país, com enfoque especial na ilha de Santiago, de restauração e todo o empreendimento associado à promoção de eventos e de beleza.

Ainda assim, ao nível de projetos empreendedores, persiste a ideia de que o medo de investir ou de empreender seja característica específica e alocada às mulheres. Urge, de fato, o despertar, no feminino, para empreendimentos maiores e empreendimentos que exijam maior disponibilidade e desprendimento.

Aqui reside uma grande dificuldade quando o assunto tem a ver com a desprendimento e com a disponibilidade. Na verdade, além desta veia empreendedora nata, as mulheres são autênticas chefes de família, debatendo-se tanto com a frente de trabalho diário, mas também com as responsabilidades maternas e paternas. Este fato representa uma das dificuldades ao robusto empreendimento feminino que, na qualidade de mães, as mulheres sacrificam muitas vezes as suas ideias inovadoras, em detrimento da segurança e estabilidade da sua família.

A mulher Santa Catarina é persistente e se revê em grandes outras mulheres que hoje assumem os destinos da cidade e as engrandecem. Mas também, se reveem em outras mulheres que, em diferentes frentes promoveram a cidade, hoje em dia o terceiro maior aglomerado populacional de Cabo Verde e uma das que mais contributos vem dando para o crescimento do país e para gerar riqueza a todos os níveis. A mulher Cabo Verdiana tem provado todos os dias que, apesar de tudo, é capaz de encetar e promover o empreendedorismo de qualidade e contribuir para a geração de riquezas e de emprego, aspetos preponderantes e que fazem parte dos mais variados discursos de desenvolvimento dos governantes e políticos do país. Ela representa hoje em dia um valioso ativo que complementa o homem na materialização de todas as políticas de empoderamento e crescimento social, económico e humano de Cabo Verde.

O estudo ora apresentado se configura como mais um contributo num domínio pouco trabalhado e investigado em Cabo Verde. A sua realização só foi possível tendo

em conta a congruência e participação de diversos atores e intervenientes, os quais, em jeito de considerações finais, aproveitamos para agradecer o envolvimento.

Foram vários os constrangimentos, desde logo (o mais relevante) o fato da realização desta investigação ter sido feita com uma grande barreira territorial – de Portugal para Cabo Verde. A recolha de dados muitas vezes viu-se envolvida em grandes dificuldades, (talvez) derivada de nossa ausência física. Muitas vezes o stress acumulado ocorreu por causa da tardia resposta e por um certo desleixo na recolha das respostas. Isto levou a que alguns atores ficassem de fora da investigação. Aplaudimos, todavia, a inovação científica e tecnológica que, hoje em dia, torna próximo aquilo que não é próximo e permite que tais desideratos sejam cumpridos, rompendo as barreiras impostas pela divisão territorial.

Podíamos tecer mais comentários sendo verdade que, num trabalho desta natureza temos de saber parar para podermos continuar. Consideramos que este campo seja um domínio particular de investigação que abre espaço para futuras investigações afim de garantir maior e melhor colaboração, numa causa que hoje em dia é muito propalado mas com efetividade ainda básica, carecendo de mais iniciativas de promoção em Santa Catarina, em particular e em Cabo Verde, em geral.

BIBLIOGRAFIA

Antonello, C., & colaboradores, L. H. (2005). *Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competencias*. Alegre: Bookman.

Apergis, N., & Economou, V. P. (2010). Incentives and female entrepreneurial activity: evidence from panel firm level data. *International Advances in economic research*, pp. 371-387.

Batista, A., Teixeira, M., & Portela, M. (2008). *Motivacoes e obstaculos ao empreendedorismo em Portugal e propostas facilitadoras*.

Beauvoir, S. d. (1970). *O segundo sexo: Fatos e mitos*. São Paulo: 4ª edicao.

Bell, J. (1997). *Como realizar um projeto de investigação*, Lisboa : Gradiva Publicacoes Lda.

Birmingham, D. (2015). *A short history of modern Angola*. London : Hurst&Company.

Caetano, A. S., Correia, S., & Costa, S. F. (2012). *Psicologia do empreendedorismo: processos, oportunidades e competencias*. Lisboa : Editora Mundos Sociais.

Caliendo, M., & Kritikos, A. (s.d.). *I want to, but I also need to: start-ups resulting from opportunity and necessity*. IZA discussion papers.

Camargo, M. S. (2005). *Fundador versus sucessor: estudo comparatvo das caracteristicas empreendedoras dos empresarios de empresas familiares do municipio de Chapeco*. SC: Universidade Regional de Blumeau.

Carvalho, J. E. (2008). *Meotologia do trabalho cientifico - saber fazer da investigacao para dissertacoes e teses*.

Cooley, L. (1990). *Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance*. Washington : USAID.

Cruz, E. (2003). *Criar uma empresa de sucesso*. Lisboa: Edicoes Silabo.

Dana, L. P., & Honyenuga, V. B. (2018). Introduction to african entrepreneurship. Em L. P. Dana, & V. B. Honyenuga, *African entrepreneurship - Challenges and opportunities of doing business* (pp. 1-8). Palgrave Macmillan.

David, D. E. (2004). *Tesse de doutoramento - Intraempreendedorismo social: perspetivas para o desenvolvimento social nas organizacoces*. Florianopolis: UFSC Mimeo.

Deli, F. (s.d.). Opportunity and necessity entrepreneurship: local and the smsall firm effect. *Journal of Management policy and practuce*.

- Dias, P., & Levy, R. (2010). *Empreendedorismo em Cabo Verde*. High Level Round Table.
- Dolors, J. (1996). *Educacao, um tesouro da descobrir: relatorio para a UNESCO da Comissao Internacional sobre a educacao XXI* são paulo.
- Dornelas, J. C. (2003). *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizacoes estabelecidas*. Rio de Janeiro : Campus XII.
- Drucker, P. F. (1986). *Inovacao e espirito empreendedor (entrepreneurship): pratica e principios* . Sao Paulo
- Ebape. (2011). *Competencias empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa*. Rio de Janeiro:
- Ellis, S., & A, Y. (1995). *Eterprises and entrepreneurs africains*.Kartala et Orstom.
- Ferreira, M. P., Santos, J. C., & Serra, F. R. (2010). *Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa*.
- Ferreira, M., Reis, N., & Serra, F. (2009). *Marketing para empreendedores e pequenas empresas* . Lisboa
- Fonseca-Statter, G. (2008). Do empreendedorismo ao empresariado. Da revolucao industrial a Africa Sub Sahariana pos colonial. Em C. d. africanos, *Empresariado, empreendedorismo e desenvolvimento em Angola e Mocambique*. Lisboa
- Freire, D. A., Correa, R., & Ribeiro, H. C. (2011). *Genero e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E.M - Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo e inovacao* .
- Freire, J. (1994). O auto-emprego: alguns comentarios sobre os dados recentes. *Revista critica de ciencias sociais*.
- Garcia, L. F. (2005). Como desenvolver o intraempreendedorismo. *Revista Profissional e Negocios* .
- Gaspar, F. (2010). *O processo empreendedor e a criacao da empresa de sucesso*. Lisboa:

- Greatti, L. (2005). Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucessos e do fracasso empresarial no município de Maringá PR. *Revista FACEF Pesquisa Desenvolvimento e Gestão* (pp. 67-83). Maringá : ISSN.
- Güvenen, F., Kuruscu, B., & Ozkan, S. (2009). Tributação de capital humano e desigualdade salarial: uma análise cross-country. *National Bureau of Economic Research working paper*.
- Hashimoto, M. (7 de Abril de 2007). *Empreendedores precisam aprender a confiar*. Obtido de http://www.empreenderparatodos.adm.br/empre/mat_21.htm/<http://www.eaesp.fgvsp.br/default>
- Henriques, I. C. (1996). *Origens do empresariado Angolano (sec XIX)*. *Economia Global e Gestão*.
- Hirish, R. D., & Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. São Paulo: Bookman.
- Kugelmeier, W. (05 de Abril de 2003). *Empreendedorismo: Todos precisam, muitos querem, mas somente alguns conseguem*. Obtido de http://www.empreenderparatodos.adm.br/empre/mat_16.htm
- Leite, A., & Oliveira, F. (2007). *Empreendedorismo e novas tendências*. Estudo. Edit Value Empresa Junior.
- Machado, V. H. (1999). *Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora*. Foz do Iguaçu: ENANPAD.
- Machado, V. H., St-Cyr, L., & Alves, M. C. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *Revista de administração econômica*.
- Man, T., & Lau, T. (2000). *Entrepreneurial competencies of SME owner/ managers in the Hong Kong sector: a qualitative analysis*. *Journal of enterprising culture*
- Ferreira, N. R. (2009). *Marketing para empreendedores e pequenas empresas*. Lisboa
- McClelland, D., & Burhan, D. (1997). *O poder e o grande motivador*. Rio de Janeiro
- Mello, A. (2004). *Empreendedorismo: Fator chave para o sucesso profissional*. São Paulo

Minniti, M., & Nardone, C. (2007). *Being someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship, small business economics*.

Moore, D. P., & Buttner, E. H. (1997). *Women entrepreneurs moving beyond the glass ceiling*. London

Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial intensity: sustainable advantages for individual, organizations and societies quorum books, CT*.

Murani, M. (2003). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. Sao Paulo

OECD. (1998). *Proceeding softwomen entrepreneurs in small and medium enterprises*. Paris

Pedro, J. (2009). A importancia do empreendedorismo. Em ISSN, *Empreendedorismo e desenvolvimento*. *Veze e voz*.

Pinchot, G. (1989). *Por que voce nao precisa deixar a empresa para tornar-se uempendedor*. Sao Paulo

Porter, M. E., Sachs, J. J., & McArthur, J. W. (2002). Executive summary: competitiveness and stages of economic development. *New York*

Rafesi, R., Dastranj, M., & Rasouli, M. E. (2013). Understanding the interactions among the barriers to entrepreneurship using interpretive structural modeling. *International Journal of Business and management*, .

Ratten, V., & Jones, P. (2018). Bringing Africa into entrepreneurship. Em V. Dana, Ratten, & B. Q. Honeyenuga, *African entrepreneurship - Challenge and opportunities for doing business* (pp. 9 - 28). Palgrave Macmillan.

Rolo, O. B. (2008). *Curso de Gestao das organizacoes*. Parede Edix.

1. Samuel, L. (2014). *O contributo do empreendedorismo feminino no empoderamento socioeconomico da mulher - estudo de caso (Pemba - Mocambique)*. Mocambique .
2. Santos, M. M., Ferreira, M. H., & H, R. (2021). *Empoderamento feminino e o desenvolvimento da mulher no mercado de trabalho em areas maioritariamente masculinas* .

- Saraiva, P. M. (2011). *Empreendedorismo*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e inovacao* . Lisboa
- Schumpeter, J. A. (2008). *Theory of economic development*. New Jersey : Transations publishers
- Shane, S., Locke, E., & Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation, . *Human resource management review*, pp. 257-279.
- Simoës, C. D. (2022). *Empoderamento e empreendedorismo feminino na comunidade* . Beja : Instituto Politecnico de Beja.
- Spring, A., & McDade, B. E. (1998). African Entrepreneurship - Theory and reality. *African Entrepreneurship - Theory and reality, University Press of Florida* .
- , A. (2005). *Planeamento estrategico e gestao feminina em pequenas empresas - o caso das escolas particulares em Curitiba*. Curitiba
- Trigo, V. (2008). *12 meses de empreendedorismo: disciplina de empreendedorismo* . ISCTE., L. R. (2000). *Tese de mestrado - Identificacao do perfil intraempreendedor*. Florianopolis UFSC: Mimeo.
- Yin, R. (1984). *Case study research: design and methods*. Newbury Park: CA Sage.
- Faria, M.C. (2011). A Inteligência Empreendedora e o Questionário de Competências Empreendedoras. A.S. Ferreira, A. Verhaeghel, D.R. Silva, L.A. Almeida, R. Lima & S. Fraga (Editores) *Livro de Atas do VIII Congresso Iberoamericano de Avaliação/Evaluación Psicológica e XV Conferência Internacional Avaliação Psicológica: Formas e Contextos*. Sociedade Portuguesa de Psicologia,(613-624), ISBN: 978-989-20-2702-9

APÊNDICES

Apêndice 1 – Guião de entrevista

Entrevistas com Agentes Públicos

Idade:28

Gênero: Feminino

Morada: Santa Catarina de Santiago

Habilitação acadêmica: Licenciatura em Direitos

O que é empreendedorismo para si?

Para mim empreendedorismo é estar diante de uma carência em determinadas áreas onde estamos inseridos, aproveitar estas oportunidades das condições e dar respostas a esta carência, é dar respostas á uma fragilidade social, também significa inovar dar respostas ás falhas existente na nossa Sociedade.

Pode explicar o que é o intraempreendedorismo, e o que acha do intraempreendedorismo?

O intraempreendedorismo se destina aos líderes aos chefes de uma determinada empresa, de um projeto de ter capacidade de incentivar os seus trabalhadores, os seus colegas de equipe a serem empreendedores a desenvolverem um espírito criativo e inovador dentro do meio onde já se encontram inseridos. É desenvolver o espírito de criar e recriar, de (re)empreender, mas nas áreas de carências, procurar soluções para o vazio momentâneo e os posteriores.

O que entendes por empreendedorismo feminino?

Empreendedorismo Feminino é a atuação das mulheres no mundo dos projetos, das empresas, dos negócios solucionando as carências sociais.

É quando as mulheres lançamão ás oportunidades disponíveis no mercado e apresentam criatividade, apresentam suas ideias, soluções para mitigar uma carência de uma determinada área social. As mulheres empreendedoras põem em prática o que sabem e têm uma capacidade de liderar a sua equipe de trabalho de forma persuasiva e também

de ajudar as pessoas ao seu redor a crescer compartilhando os seus conhecimentos, sendo simpática, carismática firme e determinada nas suas decisões.

Quais os principais constrangimentos que na sua opinião afetam a criação do próprio negócio no público feminino em Santa Catarina de Santiago?

Em Santa Catarina de Santiago existem determinadas situações que afetam constantemente a criação do negócio no que tange ao público feminino, é a falta confiança na capacidade de comando Feminino, Santa Catarina tem um público machista (não todos) que não conseguem crer ou acreditar no potencial feminino seja para o mundo dos negócios, seja para qualquer área.

A falta de recursos financeiros para alavancar o início da atividade empresarial do projeto a que se quer dedicar. Os Bancos, as empresas, as instituições de microcréditos costumam acreditar num projeto num projeto e abrir mão de uma quantia suficiente e necessária para montar o negócio e sustentá-la até que se volte a ver o retorno do investimento. Muitas vezes as mulheres acabam por desistir devido á muitas burocracias que enfrentam para ter capital para o investimento do negócio.

Tambémdeparamos com dificuldade de encontrar espaço físico para instalar a empresa. Os lugares de melhor acesso para instalar as empresas encontram-se em extinção, a maioria agora pertence a comunidade chinesa, ou então o custo das rendas mensais do espaço não ajuda porque o rendimento empresarial praticamente fica tudo para o dono do espaço, porém os proprietários lucram mais de 50% do que os empresários.

Entretanto também a burocracia que existe para a criação de empresa e a sua instalação é desmotivadora, são muitas papeladas, metade do capital da empresa é inserido no pagamento dos papéis burocráticos para a abertura do negócio.

O que motivou a criar o seu próprio negócio?

O que me motivou a criar o meu próprio negócio na altura foi a carência que a minha cidade tinha nos produtos que eu e outras pessoas precisávamos e, no entanto, tinha aquela necessidade de deslocar-se até á cidade da praia para adquirir esses produtos que também devia existir na cidade de Assomada. Na altura foi a tentativa de dar resposta a uma carência existente na cidade de Assomada solucionar o vazio das oportunidades ás

outras pessoas de encontrar na sua cidade aquilo que tinham que deslocar para encontrar em outras cidades.

Depois também foi o espírito de negócio, a vontade de adquirir o próprio negócio de tornar uma mulher empresária, que lidera um projeto de sucesso que me inspirou a criar uma empresa, a vontade de empreender, inovar de dar soluções á uma carência social, a vontade de elevar santa catarina e representar as mulheres de santa catarina como mulheres capazes e de potencial.

Consideras ser uma empreendedora que preocupa com os seus clientes e colaboradores?

Sim, eu sou uma mulher que se preocupa com as pessoas em geral, e mais ainda, uma empresária que se preocupa com os seus funcionários e os seus clientes. Eu me preocupo com os meus colaboradores, em primeiro lugar, procurando estar sempre por perto, gerar confiança, cativar a trabalhar e fazer outros serviços da mulher de melhor forma possível porque acredito fortemente que quando os colaboradores estão de bem consigo mesmo, farão de tudo para que esteja em conformidade da melhor forma possível.

Consideras ser uma mulher com alta capacidade de persuasão?

Sim, eu me considero uma mulher persuasiva, tanto que devido a tantos constrangimentos existentes para a criação do negócio em Santa Catarina, principalmente na camada feminina onde a taxa de confiança é insuficiente, consegui montar meu negócio. De seguida,tenho mais um segundo projeto, consegui mostraro quanto somos firmes e fortes.

És uma mulher intuitiva nas tomadas de decisões?

Sim, sou uma mulher que pensa sempre antes de qualquer decisão, mas geralmente quando as tomo são as melhores dentro do conteúdo esperado, o que me leva a crer que sou forte e intuitiva nas minhas decisões.

As decisões que tomo são com firmeza. Deposito nelas toda a minha personalidade, muitas vezes deixando de lado a opinião alheia que, de certa forma, causa um transtorno psicológico, ofuscando as ideias ou levando a um mau julgamento ou decisões. Prefiro sempre escutar para solucionar os problemas.

Empreendedora 2

Idade: 30

Género: Feminino

Morada: Assomada

Habilitação Académico: Licenciada

Atividade: cabeleireira

Número de colaboradores: 2

1— Ação de quem toma si uma responsabilidade.

2--- Empreender dentro de uma organização, pode ser de extrema importância porque pode surgir ideias inovadoras de da empresa.

3--- Empreendedorismo feminino entendo como sendo negocio idealizados ou administrado por mulheres.

4--- Medo de falhar, falta de financiamento, medo do desconhecido e vulnerabilidade do mercado.

5--- Ambição de ganhar muito dinheiro e ser independente.

6--- Sim porque tenho dom de convencer as pessoas.

7--- Sim.

8--- Sim

Empreendedora 3

Idade: 32

Género: Feminino

Morada: Assomada

Habilitação Académico: Licenciada

Atividade: Gelataria, boutique, agencia

Numero de colaboradores: 6

1- Empreendedorismo é criar algo necessário e útil.

2- Intra empreendedorismo é o ato de empreender dentro de uma empresa, é muito importante porque o colaborador deixa o seu contributo para o crescimento da empresa.

3- Empreendedorismo feminino é negocio criado pelas mulheres.

4- As mesmas burocracias tanto afeto as mulheres como os afetos aos homens é falta de financiamento.

- 5- Simplesmente pela oportunidade que apareceu e também tentar colmatar as necessidades do mercado.
 - 6- Sim.
 - 7- Sim.
 - 8- Às vezes, sou mais racional.
-

Empreendedora 4

Idade: 30

Género: Feminino

Morada: Fonte lima

Habilitação Académico: Formação

Atividade: Churrascaria

Numero de colaboradores: 2

- 1- Empreendedorismo para mim é exercer atividades que gerre fins lucrativos.
 - 2- Intra empreendedorismo significa empreendedorismo dentro do país.
 - 3- Empreendedorismo feminino é empreendedorismo exercida pelas mulheres.
 - 4- Os principais constrangimentos que afetam a criação do próprio negócio são as burocracias existentes e também as barreiras colocadas nas instituições de financiamentos.
 - 5- O que motivou a criar o meu próprio negócio é o meu espirito de empreender e o meu dom de lidar com o negócio.
 - 6- Eu me considero uma mulher com alta persuasão sim.
 - 7- Considero ser uma empreendedora que preocupa com os meus clientes e colaboradores.
 - 8- Sou uma mulher intuitiva sim.
-

Empreendedora 5

Idade: 39

Género: Feminino

Morada: Achada galego

Habilitação Académico: 12º

Atividade: Hidroponia

Numero de colaboradores: 2

1—Empreendedorismo é dar resposta a uma necessidade do mercado e ter a possibilidade da independência financeira.

2—Intra empreendedorismo é ter a possibilidade de inovar dentro da empresa onde esta inserida e isso é muito bom porque proporciona o crescimento da empresa.

3--- Empreendedorismo feminino é um negócio criado e gerido pela mulher.

4-- Falta de financiamento, medo de errar.

5—Ter o meu próprio negocio e falha no mercado.

6-- Sou muito persuasiva.

7—Sim, preocupo com os meus clientes e os meus colaboradores.

8—Sim mas nem sempre.

Apêndice 2 – Guião de Entrevista

" Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago Cabo Verde" (Maria Melena, ESE- IP Beja);

Tema: Promoção do Empreendedorismo feminino em santa catarina de Santiago em Cabo Verde

Autora: Maria Melena Semedo Cabral

Objetivo: Identificar fatores que impulsionam o empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago em Cabo Verde.

Participantes: Dez mulheres empreendedoras da comunidade

Objetivos	Dimensão	Questão
Parte I Caraterizar os participantes.	Caraterização dos participantes (Agente público)	Idade: Gênero: Morada: Habilitação académica: Atividade: Número de colaboradores:
Parte II Identificar o conceito do empreendedorismo	Conceito de Empreendedorismo	O que é empreendedorismo para si?
	Conceito de Intraempreendedorismo	Pode explicar o que é intraempreendedorismo e o que acha do intraempreendedorismo?
	Empreendedorismo Feminino	23. O que entendes por empreendedorismo feminino?
Parte III Identificar as dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.	Dificuldades do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago	24. Quais os principais constrangimentos que na sua opinião afetam a criação do próprio negócio no público feminino em Santa Catarina de Santiago Cabo Verde?
Parte IV Saber qual é a motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras	motivação que levam as mulheres em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde a serem empreendedoras.	25. O que motivou a criar o seu próprio negócio?
Parte V Identificar o perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	perfil das mulheres empreendedoras em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	26. Consideras ser uma mulher com alta capacidade de persuasão? 27. Consideras ser uma empreendedora que preocupa com os seus clientes e colaboradores? 28. És uma mulher intuitiva nas tomadas de decisões?
Objetivos	Dimensão (Poder Político)	Questões
Parte VI Conhecer os desafios e perspetivas de futuros do Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;	Desafios e perspetivas de futuros do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde	29. Quais são os maiores desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam em santa catarina e quais são as perspetivas futuras para colmatar a situação?

<p>Parte VII</p> <p>Conhecer os incentivos para a aposta no empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;</p>	<p>Incentivos para o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;</p>	<p>30. Considera que o trabalho que a Instituição tem feito é suficientemente forte para incentivar a aposta no próprio Negócio, no universo feminino em Santa Catarina de Santiago?</p>
<p>Parte VIII</p> <p>Conhecer e analisar as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde.</p>	<p>Políticas de apoio ao empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde</p>	<p>31. O Quê que a instituição tem feito ao longo deste mandato para promover o empreendedorismo feminino neste concelho?</p> <p>32. A edilidade tem algum programa ou Gabinete que é destinado para o apoio ao Empreendedorismo no Concelho de Santa Catarina?</p> <p>33. Quais são as ofertas para o programa de Empreendedorismo Feminino em Santa Catarina de Santiago?</p>
<p>Observações finais</p>		<p>Há algo que gostaria de acrescentar neste inquérito, ou alguma sugestão sobre o assunto em questão?</p>
<p>Parte IX</p> <p>Identificar estratégias para desenvolver o Empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;</p>	<p>Estratégias para desenvolver o empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago, Cabo Verde;</p>	<p>Quais são as estratégias para o maior crescimento e prospeção do empreendedorismo feminino em Santa Catarina de Santiago?</p>