

## **A SITUAÇÃO DAS MULHERES EMPRESÁRIAS DE LUANDA**



**Consultora:** Andrea Folgado Serra

**MAPUTO**

**Novembro, 2007**

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Este relatório apresenta os resultados de uma pesquisa que teve como principal objectivo fazer um levantamento sobre o perfil de mulheres empresárias membros e potenciais membros da Associação de Mulheres Empresárias da Província de Luanda (ASSOMEL), características dos seus negócios e dificuldades enfrentadas, no âmbito das actividades que desenvolvem. A pesquisa foi desenvolvida através da condução de entrevistas e aplicação de um questionário junto a uma amostra de conveniência de 101 mulheres empresárias, das quais 84 membros da ASSOMEL e 17 potenciais membros. Em seguida apresenta-se, de forma sumária, os principais resultados da pesquisa.

- A maioria das mulheres empresárias participantes na pesquisa têm entre 41 a 50 anos de idade, são solteiras, possuem entre 3 a 6 filhos e tem um nível de formação secundária.
- Estas empresárias, conseguem, na sua maioria, equilibrar a sua vida profissional e familiar através de uma boa gestão do tempo e do apoio da família.
- Estas empresárias, na sua maioria proprietárias de micro e pequenas empresas que operam a nível local, empregam em média 12 trabalhadores, actuam no sector do comércio e tem um volume de anual de vendas inferior a 5.000,00 USD.
- Na sua maioria, as empresárias iniciaram os seus negócios com fundos próprios, sem recorrer a pedido de financiamento à banca e as suas principais motivações para a abertura do negócio foram, essencialmente, a identificação de oportunidades de negócio, a situação de desemprego em que se encontravam e a experiência prévia que possuíam.

- As empresárias pesquisadas possuem necessidades de acesso à tecnologia, particularmente, computadores e acesso à Internet, assim como, necessidades de formação para si e seus trabalhadores em áreas como: gestão, contabilidade e finanças, marketing, comunicação, liderança e secretariado.
- A maioria das empresárias envolvidas nesta pesquisa não realizou um estudo de viabilidade para iniciar o seu negócio embora use como prática corrente a solicitação de apoio profissional externo para o desenvolvimento dos seus negócios.
- Actualmente, mais de metade das empresárias tem recorrido a pedido de financiamento à banca e instituições de micro-crédito para projectos de investimento, no entanto, manifestaram interesse em obter mais empréstimo da banca, quer para projectos de investimentos, quer para a compra de equipamento.
- Como empresárias, as pesquisadas indicaram como principais dificuldades no desenvolvimento dos seus negócios, a falta de capital de giro, obtenção de crédito, recursos para a compra de equipamento, aquisição de matéria-prima e mercadoria, falta de mão-de-obra qualificada e custos para a legalização do negócio. Não obstante essas dificuldades, as empresárias pesquisadas estão muito optimistas quanto ao futuro dos seus negócios.
- Apesar do dinamismo evidente no sector PME's em Luanda, a pesquisa conclui existirem muitos desafios ao desenvolvimento do empresariado feminino, nomeadamente: desenvolvimento de actividades de muito pequena dimensão e de tipo comercial, ao invés de produtivo, conhecimentos e capital limitados, baixo nível de qualificações, inexistência de uma política clara de apoio ao desenvolvimento do sector no país, complexidade e elevados custos do licenciamento de actividades económicas, elevadas taxas de impostos quer no Mercado informal, quer no Mercado formal e falta de falta de *networking* e suficiente redes de partilha de conhecimentos e melhores práticas entre o empresariado.

- Informação, advocacia, formação e assistência técnica são algumas recomendações endereçadas à ASSOMEL como estratégias chave para se lidar os desafios acima mencionados.
  
- A pesquisa também endereça à Associação algumas recomendações como forma de fortalecer o seu funcionamento interno que se prendem, essencialmente, com o planeamento estratégico, melhoria das condições de infraestrutura e recursos na sua sede, desenvolvimento de uma forte estratégia de marketing e divulgação das suas actividades e contratação de técnicos para apoiar a Direcção e assistência técnica às associadas.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Distribuição da população Urbana e Rural e Densidade .....	2
Tabela 2: Distribuição percentual de Mulheres em posições de liderança política em Angola .....	17
Tabela 3: Percentagem da força laboral entre homens e mulheres no sector .....	20
Tabela 4: Dimensões, factores e variáveis do questionário .....	23
Tabela 5: Factores que contribuem para a interferência negativa da actividade empresarial no ambiente familiar .....	26
Tabela 6: Motivação para a criação de Negócio .....	29
Tabela 7: Tipo de outra actividade remunerada desenvolvida pelas pesquisadas para além da empresarial .....	30
Tabela 8: Partilha de sociedade no negócio por tipo de pessoa e percentagem .....	31
Tabela 9: Razões das Empresárias para não mudarem de Carreira .....	32
Tabela 10: Razões das Empresárias para não mudarem de Carreira .....	32
Tabela 11: Data de criação da empresa/negócio das Pesquisadas .....	34
Tabela 12: Ano de constituição/legalização da empresa/negócio .....	35
Tabela 13: Tipo de Actividade da Empresa/Negócio .....	36
Tabela 14: Áreas de Necessidades de Formação de Pessoal da Empresa .....	39
Tabela 15: Volume Annual de Vendas da Empresa/Negócio .....	40
Tabela 16: Finalidade do Financiamento obtido pelas Empresárias .....	42
Tabela 17: Montante do Empréstimo a solicitar ao Banco pelas Empresárias .....	45
Tabela 18: Percentagem da contribuição do empréstimo ao Banco pelas Empresárias .....	46
Tabela 19: Dificuldades apontadas pelas empresárias na condução das actividades do seu Negócio .....	55
Tabela 20: Obstáculos ao desenvolvimento dos negócios que mais preocupam as Empresárias .....	56
Tabela 21: Questões de Género e desenvolvimento de Negócios em Angola .....	57

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolução e Projecção da População Angolana (em milhões de habitantes).....	1
Gráfico 11: Evolução do Número de Membros da Assomel (2004-2007).....	6
Gráfico 12: Cursos organizados pela Assomel e Número de Associadas beneficiadas (2006-2007) .....	7
Gráfico 2: Disparidade dos efectivos escolares de raparigas.....	9
Gráfico 3: Taxa de Analfabetismo entre Homens e Mulheres .....	10
Gráfico 4: Número de Mulheres docentes por nível de Ensino em Angola (1999).....	12
Gráfico 5: Distribuição percentual de Homens ocupando diversos cargos em Escolas do 1º, 2º e 3º níveis da cidade de Luanda (2000) .....	12
Gráfico 6: População com acesso a água potável e melhores condições de saneamento em Angola, 2002-2003 (%) .....	13
Gráfico 7: Evolução do Nível de Pobreza em Angola – 1990-2001 (%).....	14
Gráfico 8: Nível de pobreza em Angola nas zonas urbanas e rurais .....	15
Gráfico 9: Evolução do IDH em Angola, 1997 – 2005 .....	16
Gráfico 13: Empresárias por Faixa Etária .....	24
Gráfico 14: Pesquisadas por Estado Civil.....	24
Gráfico 15: Pesquisadas por Número de filhos.....	25
Gráfico 16: Pesquisadas por Nível de Formação .....	25
Gráfico 17: Opinião das pesquisadas sobre a interferência negativa da actividade empresarial no ambiente familiar .....	26
Gráfico 18: Factores que contribuem para um equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar .....	27
Gráfico 19: Actividade das pesquisadas antes de iniciarem o seu próprio negócio.....	27
Gráfico 20: Experiência anterior das Empresárias no ramo de negócio .....	28
Gráfico 21: Mecanismos de aquisição de experiência no ramo de negócio pelas Pesquisadas.....	28
Gráfico 22: Desenvolvimento de outra actividade de geração de renda pelas Empresárias .....	29
Gráfico 23: Partilha de sociedade no negócio.....	30
Gráfico 24: Escolha de Carreira pelas Pesquisadas .....	31
Gráfico 25: Sector da Empresa/negócio das Pesquisadas.....	33
Gráfico 26: Registo Legal da empresa/negócio.....	34
Gráfico 27: Dimensão da Empresa/Negócio .....	35
Gráfico 28: Sector de Actividade da Empresa/Negócio .....	36
Gráfico 29: Âmbito de actuação da Empresa.....	37
Gráfico 30: Média de Trabalhadores da Empresa por Sexo .....	37
Gráfico 31: Tecnologias existentes na Empresa .....	38
Gráfico 32: Empresas com Website .....	38
Gráfico 33: Necessidades de Formação de Pessoal da Empresa .....	39
Gráfico 34: Principais fontes de Recursos da Empresa/Negócio .....	40
Gráfico 35: Pedido de financiamento para abertura da Empresa/Negócio.....	41
Gráfico 36: Fontes de Recursos Financeiros para a abertura do Negócio.....	41
Gráfico 37: Ligação das Empresárias com Bancos ou instituições de Micro-Crédito.....	42
Gráfico 38: Bancos ou instituições de Micro-Crédito com as quais as Empresárias trabalham.....	43
Gráfico 39: Finalidade dos Empréstimos solicitados pelas Empresárias .....	43
Gráfico 40: Interesse das Empresárias em solicitar empréstimo no futuro .....	44
Gráfico 41: Finalidade do empréstimo a ser solicitado pelas Empresárias .....	44
Gráfico 42: Formas de pagamento de empréstimo para aquisição de equipamento .....	45
Gráfico 43: Tipo de Garantia que as Empresárias disponibilizariam ao Banco para efeitos de empréstimo .....	46
Gráfico 44: Solicitação de empréstimo de 100% ao Banco pelas Empresárias .....	46
Gráfico 45: Estudo de Viabilidade para a abertura do Negócio .....	47
Gráfico 46: Práticas de gestão regularmente usadas pelas Empresárias .....	48
Gráfico 47: Apoio profissional Externo para o desenvolvimento do Negócio .....	48
Gráfico 48: Tipo de Apoio profissional externo procurado pelas Empresárias .....	49
Gráfico 49: Empresárias pesquisadas membros da ASSOMEL.....	49
Gráfico 50: Membros da ASSOMEL por tempo de afiliação à Associação .....	50
Gráfico 51: Razões para a não afiliação das Empresárias pesquisadas na ASSOMEL .....	50
Gráfico 52: Opinião das Empresárias Associadas sobre o apoio da ASSOMEL no desenvolvimento dos seus negócios.....	51

Gráfico 53: Opinião das Empresárias membros sobre o funcionamento da ASSOMEL .....	51
Gráfico 54: Afiliação das Pesquisadas em outras Associações Empresariais para além da ASSOMEL .....	52
Gráfico 55: Tipo de Associações Empresariais que as pesquisadas estão afiliadas .....	53
Gráfico 56: Opinião das Empresárias sobre o desempenho dos seus negócios .....	53
Gráfico 57: Atitude das Empresárias quanto ao futuro dos seus Negócios.....	54
Gráfico 58: Opinião das Empresárias sobre género e empreendedorismo em Angola.....	56

## **SIGLAS E ACRÓNIMOS**

<b>AAPM</b>	Associação Angolana de Publicidade e Marketing
<b>AIA</b>	Associação Industrial de Angola
<b>AHORESIA</b>	Associação dos Hotéis, Restaurantes, Similares e Catering de Angola
<b>ASSOMEL</b>	Associação de Mulheres Empresárias da Província de Luanda
<b>BAI</b>	Banco Africano de Investimento
<b>BCI</b>	Banco de Comércio e Indústria
<b>BESA</b>	Banco Espírito Santo de Angola
<b>BIC</b>	Banco Internacional de Crédito
<b>BFA</b>	Banco Fomento Angola
<b>BPC</b>	Banco de Poupança e Crédito
<b>FMEA</b>	Federação de Mulheres Empreendedoras de Angola
<b>MIFAMU</b>	Ministério da Família e Promoção da Mulher
<b>MPLA</b>	Movimento Popular de Libertação de Angola
<b>ONG</b>	Organização Não Governamental
<b>PME</b>	Pequena e Média Empresa
<b>PNUD</b>	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	1
1.1	Contextualização.....	1
1.2	Objectivos do Estudo .....	4
1.3	Apresentação da ASSOMEL .....	5
2	A SITUAÇÃO DA MULHER EM ANGOLA EM TERMOS SÓCIO- ECONÓMICOS E POLÍTICOS .....	9
2.1	Educação e Alfabetização .....	9
2.2	Saúde e Condições Básicas de Vida .....	13
2.3	Condições Económicas e Emprego.....	14
2.4	Participação da Mulher na Política .....	17
2.5	A Mulher no sector de Micro e PME's.....	18
3	METODOLOGIA .....	22
4	RESULTADOS DO ESTUDO .....	24
4.1	Perfil das Mulheres Empresárias .....	24
4.1.1	<i>Dados Sócio-demográficos</i> .....	24
4.1.2	<i>Equilíbrio entre trabalho e vida familiar</i> .....	26
4.1.3	<i>Aspectos Profissionais</i> .....	27
4.1.4	<i>Motivação para o negócio</i> .....	29
4.2	Caracterização das Empresas .....	33
4.2.1	<i>Dados gerais da Empresa</i> .....	33
4.2.2	<i>Acesso a Tecnologia</i> .....	38
4.2.3	<i>Necessidades de Formação</i> .....	39
4.2.4	<i>Fontes de Recursos da Empresa e volume anual de vendas</i> .....	40
4.3	Acesso a financiamento, práticas de gestão e barreiras ao negócio.....	41
4.3.1	<i>Acesso a financiamento</i> .....	41
4.3.2	<i>Práticas de gestão</i> .....	47
4.3.3	<i>Desempenho do negócio e atitude quanto ao futuro</i> .....	53
4.3.4	<i>Obstáculos ao desenvolvimento do negócio</i> .....	54
5	DESAFIOS E RECOMENDAÇÕES .....	58
	REFERÊNCIAS.....	62
	ANEXO: Questionário da Pesquisa .....	63

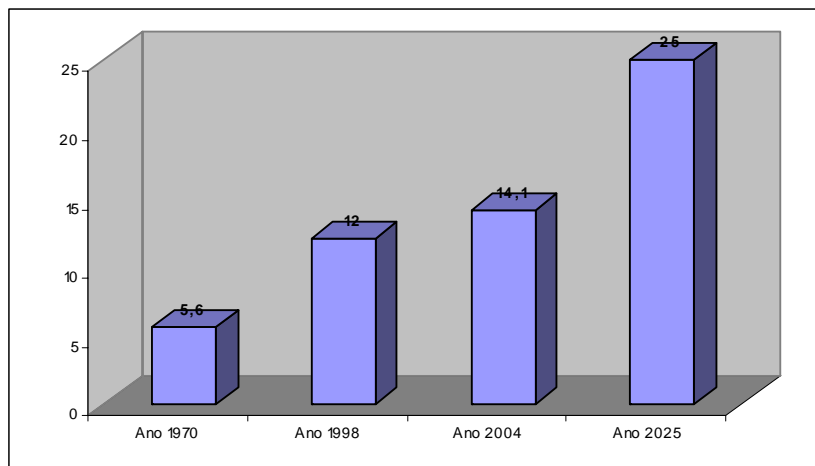


## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 Contextualização

Angola é o quinto país mais vasto de África com uma superfície de 1.246.700 Km<sup>2</sup> e está administrativamente dividido em 18 províncias, 163 municípios e 376 comunas. Actualmente a população angolana é estimada em 14.1 milhões de habitantes. Ela era de aproximadamente 5,6 milhões de habitantes em 1970. Segundo estimativas das Nações Unidas, em 1998 esse número já estaria situado em torno de 12 milhões, indicando uma duplicação em menos de 30 anos. De acordo com as mesmas estimativas, ela deverá novamente duplicar dentro das próximas três décadas, devendo chegar a 25 milhões em 2025. (Ribeiro, 2007a)

**Gráfico 1:** Evolução e Projecção da População Angolana (em milhões de habitantes)



Fonte: Ribeiro (2007a)

Angola possui uma densidade populacional de 12 habitantes por Km<sup>2</sup> mas, dada a disparidade na distribuição espacial da população, este indicador atinge o valor de 1.094,2 hab/km<sup>2</sup> em Luanda onde se concentra cerca de 1/3 da população do país e 2 hab/km<sup>2</sup> na província do Kuando Kubango.

Devido à situação de guerra a que o País esteve submetido, uma parte da população deslocou-se das áreas rurais para os centros urbanos, estimando-se para



1996 níveis de urbanização de cerca de 45%. Por outro lado, o número de pessoas deslocadas foi estimado, no início de 2002, em cerca de 3.2 milhões de pessoas, constituído principalmente por mulheres, crianças e velhos.

Como se pode observar da tabela abaixo, em 2005, quase metade da população angolana (49%) estava a viver em zonas urbanas. De notar que, a partir da década de setenta, o ritmo de crescimento da população urbana, atingiu patamares elevadíssimos devido à guerra que assolou o país nas últimas décadas. Por outro lado, como as cidades não se prepararam em termos de infraestruturas para acompanhar tal crescimento, as cidades convivem com zonas peri-urbanas onde as condições de vida são extremamente precárias.

**Tabela 1:** Distribuição da população Urbana e Rural e Densidade Demográfica, Angola 1970-2005

ANOS	DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO (%)		DENSIDADE DEMOGRÁFICA
	Urbana	Rural	Total
1970	14,1	85,9	4,5
1980	25,4	74,6	5,7
1990	38,7	61,3	7,7
2000	48,4	51,6	10,5
2005	49,0	51,0	12,2

Fonte: Ribeiro (2007b)

Angola como os demais países africanos atravessa uma fase muito difícil da sua caminhada rumo ao progresso e à sua plena integração nos circuitos económicos mundiais. Embora os esforços despendidos pelo Governo, têm estado a resultar o mesmo, tem-se confrontado com recursos humanos insuficientes para a dimensão da operação de reconstrução e relançamento da economia angolana.

Outro factor condicionante, é a fraqueza institucional do País, que exige o reforço da sua capacidade tanto no sector público como no sector privado. Sublinha-se que, a Assistência ao Desenvolvimento tem sido muito pequena, o que levou o



Estado a suportar grande parte das despesas de financiamento da reconstrução e relançamento da economia. (República de Angola, 2006).

Em Angola, a concentração de mulheres nos centros urbanos é elevada, ao mesmo tempo que aumentam as potencialidades da sua contribuição no desenvolvimento económico do país, nos mais diversos sectores de actividade.

A mulher sempre desempenhou um papel fundamental no desenvolvimento humano e na redução da pobreza. Através de uma multiplicidade de actividades, que vão desde a tradicional predominância na condução da economia doméstica e agrícola até ao seu actual envolvimento generalizado nos mais diversos sectores de actividade.

Estudos internacionais tem demonstrado que a actividade empresarial e os negócios administrados pela mulher actuam como elementos catalisadores de um desenvolvimento particular, para as comunidades em que se inserem, graças a uma dinâmica específica de factores em cadeia.

A administração empresarial da mulher não só é factor de produção de bens e serviços, como cria emprego para novas mulheres. O rendimento extra de mulheres empresárias e suas trabalhadoras gera um rendimento adicional aos seus agregados familiares, que não só fortalece as perspectivas de desenvolvimento familiar e da comunidade, como leva a um maior reconhecimento da contribuição e capacidade da mulher.

Em Angola, não obstante os avanços registados nos esforços na luta pela emancipação e eliminação das desigualdades entre homens e mulheres, através da promoção dos direitos humanos das mulheres e da criação de um corpo de leis e regulamentações que garantem uma igualdade formal de direitos, muito há ainda por fazer no campo da implementação e execução desses direitos.

Factores sócio-económicos e culturais engendraram uma situação em que a maior parte dos esforços de desenvolvimento, que se verificam no país, tendem a ignorar o potencial da contribuição económica e social da Mulher e, por conseguinte,



falham na mobilização e aproveitamento dos benefícios do recurso humano vital que constituem.

## **1.2 Objectivos do Estudo**

### **Objectivo geral:**

Este estudo tem como objectivo geral fazer um levantamento sobre o perfil de mulheres empresárias membros e potenciais membros da Associação de Mulheres Empresárias da Província de Luanda (ASSOMEL), características dos seus negócios e dificuldades enfrentadas, no âmbito das actividades que desenvolvem.

### **Objectivos específicos:**

1. Proceder a uma breve revisão da literatura sobre a situação sócio-económica em Angola, destacando o papel da Mulher no desenvolvimento económico do país;
2. Fazer uma breve caracterização da ASSOMEL, realçando o contexto da sua criação, número de membros e sua localização, seus objectivos e actividades que desenvolve;
3. Identificar e descrever o perfil de empresárias membros e potenciais membros da associação, quanto aos aspectos sócio-demográficos, equilíbrio entre trabalho e família, aspectos profissionais e motivação para o negócio/empreendedorismo;
4. Caracterizar as empresas/negócios conduzidas pelas empresárias membros e potenciais membros da ASSOMEL, quanto a dados gerais da empresa, acesso a tecnologia, necessidades de formação, fontes de recursos e volume anual de vendas;



5. Identificar e descrever o perfil de gestão adoptado pelas mulheres empresárias membros e potenciais membros da ASSOMEL, relativamente ao acesso a financiamento, práticas de gestão, desempenho do negócio, atitude quanto ao futuro do negócio e dificuldades/obstáculos ao desenvolvimento dos seus negócios, incluindo questões de género;
6. Criar uma base de dados com o perfil das empresas membros e potenciais membros da ASSOMEL.

O estudo facultará elementos que permitirão um melhor conhecimento da capacidade empreendedora dos membros e potenciais membros da ASSOMEL, as necessidades de formação e assistência técnica e de apoio ao desenvolvimento das suas actividades empresariais. A pesquisa será, por isso, essencial para a ASSOMEL, bem como facultará informação ao International Finance Corporation (IFC) sobre as necessidades de antecipar estratégias de acesso ao crédito a favor das potenciais candidatas a membro da associação.

### **1.3 Apresentação da ASSOMEL**

A ASSOMEL - Associação das Mulheres Empresárias da Província de Luanda - é uma associação sem fins lucrativos e confecionais, com sede em Luanda, no Largo do Kinaxixi, nº -14, 3ºAndar, que, segundos os seus estatutos, tem como principais objectivos:

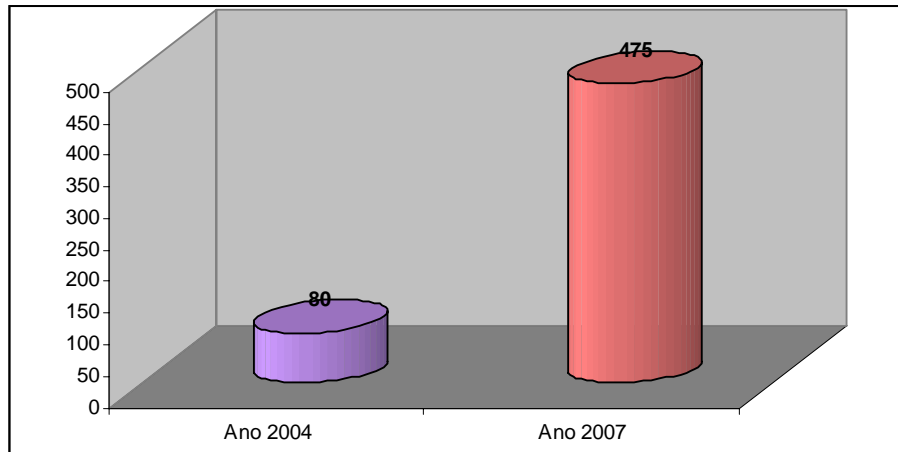
1. Assegurar a representação das mulheres empresárias, face aos poderes públicos, organizações públicas nacionais ou estrangeiras, ou qualquer outra pessoa singular ou colectiva, em todas as questões relacionadas com a dupla qualidade de Mulher Empresária.



2. Estudar e defender os direitos constitucionais e interesses gerais das mulheres empresárias.
3. Participar activamente na resolução dos problemas económicos nacionais.
4. Debater qualquer tema da actualidade nacional e internacional que envolva os direitos e interesses da Mulher Empresária.
5. Assegurar um nível de formação adequado à constante actualização da mulher empresária;
6. Potenciar e incentivar a opção da mulher pela actividade empresarial.
7. Criar serviços de interesse comum para as suas Associadas.

A Assomel existe há 16 anos e possui uma nova Direcção desde apenas um ano atrás. Actualmente, estão filiadas na Assomel mais de 80 empresárias, ligadas a vários sectores da actividade económica (vide gráfico 11).

**Gráfico 2:** Evolução do Número de Membros da Assomel (2004-2007)

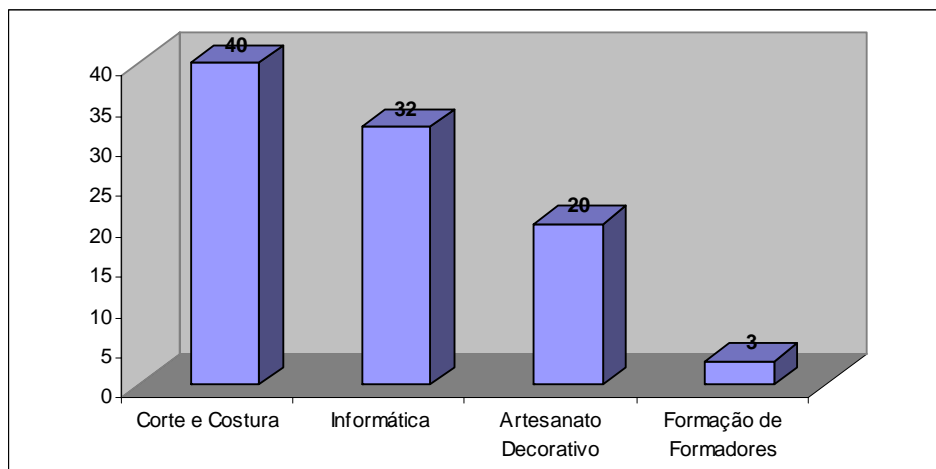


**Fonte:** Embaixada da República de Angola (2004) e Direcção da Assomel (2007)

A Assomel tem vindo a apostar na formação das suas associadas organizando, em parceria com o Ministério do Trabalho, cursos gratuitos em diversas áreas. Entre o ano passado e o corrente ano, a Associação formou cerca de 95 mulheres, conforme se pode constatar no gráfico abaixo.



**Gráfico 3:** Cursos organizados pela Assomel e Número de Associadas beneficiadas (2006-2007)



**Fonte:** Secretariado da Assomel (2007)

O Apoio do Ministério do Trabalho no âmbito destas formações tem sido na disponibilização do local para a realização dos cursos e a selecção dos formadores. Os cursos são gratuitos para as Associadas. No entanto, um dos critérios que a Associação adopta para a selecção da associadas a beneficiarem dos cursos é o pagamento das quotas pelas mesmas, no valor de 2000 Kz por mês, equivalente a 27,00 USD. Os resultados destas formações já são visíveis uma vez que através dos cursos, algumas mulheres já criaram o seu próprio negócio, por exemplo, confecção de roupas e produção de artesanato decorativo para venda.

A ASSOMEL pretende continuar a apostar na formação e uma das áreas que constituem uma das prioridades do país é a formação em línguas pois o país precisa de estar melhor preparado o mercado globalizado, à recepção de estrangeiros no país que vem por turismo ou em negócios.

A associação também faz supervisão aos negócios e empresas das Associadas, procurando aconselhar sobre as melhores formas de gestão e estratégias de expansão do negócio. Apoia também as associadas que querem iniciar um negócio, a desenhar o projecto.



As maiores dificuldades que a Assomel enfrenta atualmente prende-se com o espaço das actuais instalações da sua sede que é muito pequeno e inclusive é partilhado com a sede da Federação das Mulheres Empreendedoras de Angola (FMEA). Outro constrangimento é que das actuais 475 associadas, apenas cerca de 20 pagam regularmente as suas quotas, acarretando obstáculos ao funcionamento interno da Associação.

Porém, a maior dificuldade que a Associação enfrenta é o apoio na concessão de créditos às associadas para a expansão dos seus negócios isto deve-se, por um lado, ao facto de existirem em Angola muitos bancos comerciais e poucos bancos de desenvolvimento. O BDA (Banco de Desenvolvimento de Angola) é um dos poucos bancos que recentemente iniciou programas de apoio micro-crédito com um tempo de 7 a 8 anos para retorno do capital e com juros baixos mas para áreas como agricultura, saúde e não para o desenvolvimento do sector de Micro e PME's.



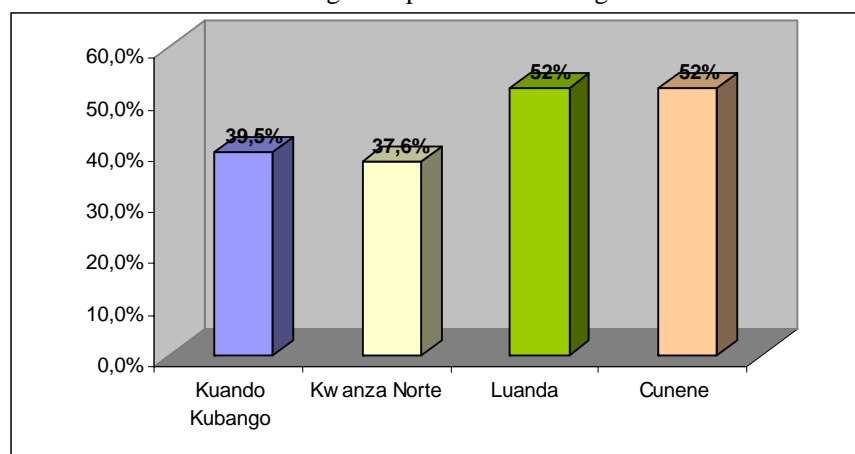
## 2 A SITUAÇÃO DA MULHER EM ANGOLA EM TERMOS SÓCIO-ECONÓMICOS E POLÍTICOS

### 2.1 Educação e Alfabetização

Após a independência de Angola, o Governo definiu a educação como uma das suas principais prioridades tendo iniciado a implementação de uma nova política educacional, baseada no princípio da igualdade de oportunidades, com destaque particular para a redução da taxa de analfabetismo que, em 1978, era estimada em 85%. (Santo, 2002)

Em cada 100 alunos, 54 são rapazes e 46 raparigas, estando estas últimas numa posição clara de desvantagem com maior incidência nas províncias do interior e particularmente nas zonas rurais. Como se ilustra no gráfico abaixo, províncias como Kuando Kubango e Kwanza Norte representam exemplos preocupantes de percentagem de raparigas matriculadas no Ensino Primário enquanto que nas províncias de Luanda e Cunene, as raparigas correspondem a 52% dos efectivos escolares.

**Gráfico 4:** Disparidade dos efectivos escolares de raparigas entre algumas províncias de Angola

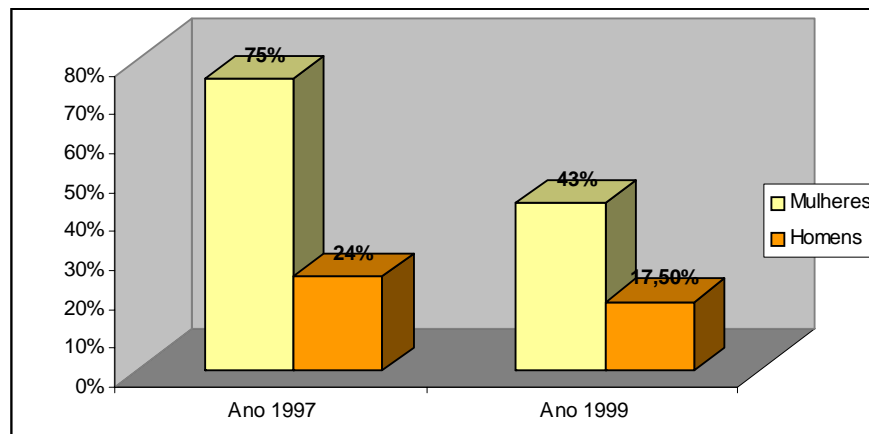


Fonte: Santo (2002)



As maiores disparidades verificam-se, porém, nos adultos. O gráfico abaixo mostra a evolução da taxa de analfabetismo entre os anos 1997 e 2002 na população de adultos em Angola.

**Gráfico 5:** Taxa de Analfabetismo entre Homens e Mulheres em Angola (1997 e 2002)



**Fonte:** Valente (2001) e Santo (2002)

As disparidades entre as taxas de analfabetismo entre as áreas rurais e urbanas são muito maiores que as disparidades entre homens e mulheres. Segundo Valente (2001), em 1997, a diferença existente entre a taxa de analfabetismo das mulheres rurais e urbanas situava-se em 21% em desfavor, obviamente, das primeiras. Este facto é o resultado do cenário cinzento do impacto dos longos anos de guerra que assolaram o país nas infra-estruturas e serviços sociais nas áreas rurais e da desigualdade na utilização de recursos a favor dos grandes centros urbanos.

Hoje observa-se em Angola uma taxa de analfabetismo de 60% e um número crescente de raparigas nas aulas de alfabetização e ensino de adultos nas zonas periféricas das cidades. Dos cerca de um milhão e 800 mil adultos em processo de alfabetização, 55% são mulheres e jovens raparigas. (Santo, 2002)



Este é o resultado do abandono precoce da escola por parte das meninas ou do facto destas nunca a terem frequentado. Estes números reflectem igualmente as disparidades existentes em termos de oportunidades de acesso entre as zonas urbanas e rurais e as consequências da grande movimentação de populações para as periferias das cidades, como resultado do conflito armado.

Se a este facto juntarmos a relação existente entre o progresso da educação da mulher e as baixas taxas de fertilidade, na África Subsahariana, as mulheres com o ensino secundário têm entre 1,9 a 3,1 menos filhos que as mulheres que não completaram o ensino primário. (Valente, 2001)

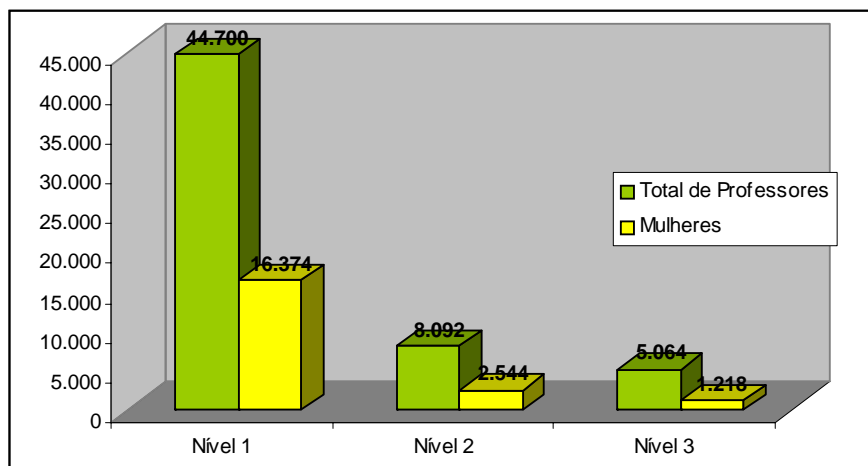
Por outro lado, o resultado de estudos e pesquisas sobre a pobreza mostram que quanto maiores forem os agregados familiares, maiores serão as probabilidades dos mesmos viverem em condições de pobreza extrema, daí que se depreenda os desafios que se colocam à mulher angolana neste domínio.

No ensino médio técnico, a distribuição percentual raparigas por curso demonstra também algumas tendências. Por exemplo, nos cursos de vocação económica, pedagógica, saúde e química, a participação é superior a 60% enquanto que nos cursos de vocação industrial, tecnológica, agrária, a participação feminina é inferior a 30%. (Santo, 2002)

No que diz respeito à docência, dados estatísticos de 1999, indicam que, também nesta componente do sistema educativo (docência), as mulheres se apresentam em desvantagem, conforme se pode observar no gráfico que se segue.



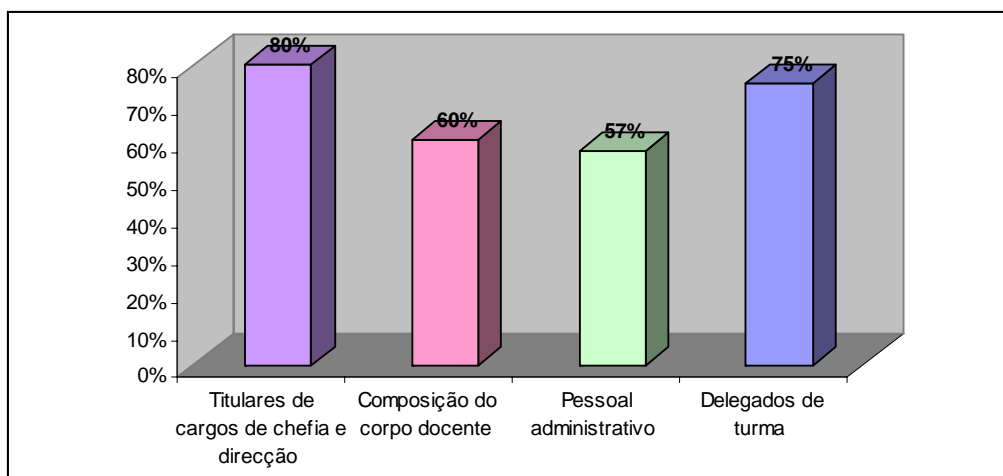
**Gráfico 6:** Número de Mulheres docentes por nível de Ensino em Angola (1999)



Fonte: Santo (2002)

Uma pesquisa levada a cabo em escolas do 1º, 2º e 3º níveis de Luanda, no ano 2000 constatou a predominância de mulheres sem qualificação, exercendo funções de auxiliares de limpeza (100%) e em todas as outras categorias avaliadas a predominância do sexo masculino, conforme se discrimina no gráfico a seguir.

**Gráfico 7:** Distribuição percentual de Homens ocupando diversos cargos em Escolas do 1º, 2º e 3º níveis da cidade de Luanda (2000)



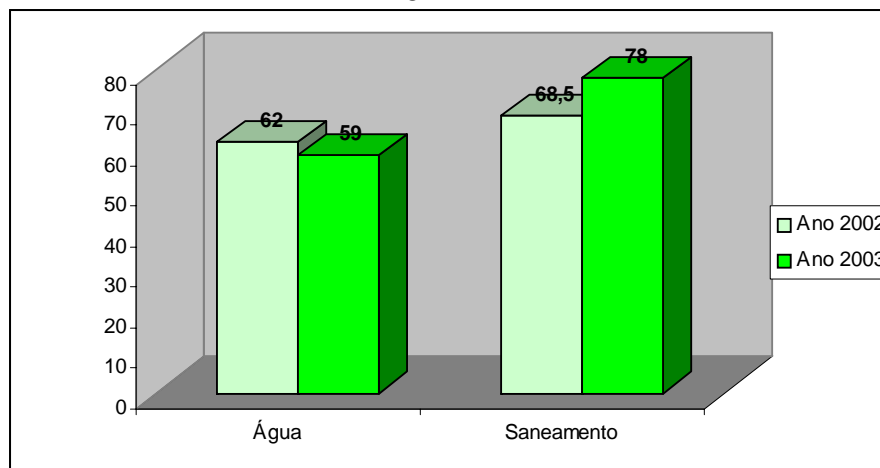
Fonte: Santo (2002)



## 2.2 Saúde e Condições Básicas de Vida

De acordo com Valente (2001), em 1997, 65% da população angolana não tinha acesso a água potável. Este indicador representa uma sobrecarga para a mulher pois, de acordo com a atribuição de responsabilidades assentes na divisão social do trabalho, cabe a ela a responsabilidade de confeccionar os alimentos e recolher a lenha, cuidar e educar os filhos e procurar a água e lavar a roupa.

**Gráfico 8:** População com acesso a água potável e melhores condições de saneamento em Angola, 2002-2003 (%)



**Fonte:** República de Angola (2006)

Em Angola, a população sem acesso a serviços primários de saúde é de 65%. Entre as causas apontadas para este tão elevado indicador destacam-se a inexistência de infraestruturas de atendimento, outros por falta de recursos financeiros para o acesso aos mesmos. (Valente, 2001)

A dificuldade de acesso aos cuidados primários de saúde em geral e dos cuidados prénatais e pós-parto em particular; tem prejudicado consideravelmente o desenvolvimento do capital humano feminino. A taxa de mortalidade materna é estimada em 1.500 por cada 100.000 nados vivos. (Valente, 2001)



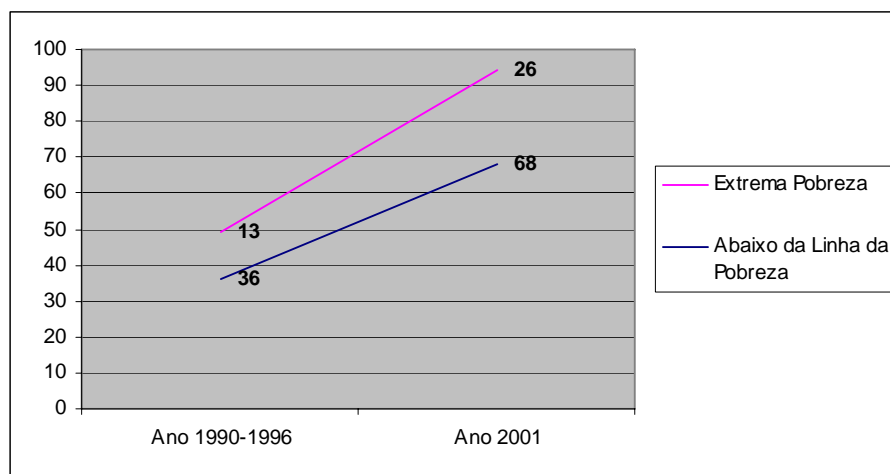
Reportando ainda outros indicadores, usualmente utilizados para medir a pobreza e relacionados ao género, nomeadamente, a percentagem de partos não assistidos por técnicos de saúde, cifra-se em 78% e a percentagem dos agregados familiares liderados por mulheres 31%. (Valente, 2001)

Esta última percentagem deve-se a vários factores dos quais se destacam: a elevada taxa de divórcio e separação, a elevada mortalidade masculina, a ausência prolongada dos maridos devido à prática da poligamia, à incorporação no exército ou à migração para as cidades, entre outras.

### 2.3 Condições Económicas e Emprego

A nível internacional, considera-se o limiar da pobreza em 2 USD/dia e em 1 USD/dia para a pobreza extrema. Em Angola, a fronteira para a pobreza extrema está situada em 22,8 USD/mês (0,76 USD/dia) e em 51,2 USD (1,70 USD)/dia para a pobreza. (Ribeiro, 2007b) Se em 1990, 36% da população angolana vivia abaixo da linha da pobreza, cerca de 10 anos depois a situação agravou-se para 68% enquanto que a pobreza extrema agravou-se de 13% em 1996 para 26% no ano 2001, como se ilustra no gráfico 7.

**Gráfico 9:** Evolução do Nível de Pobreza em Angola – 1990-2001 (%)

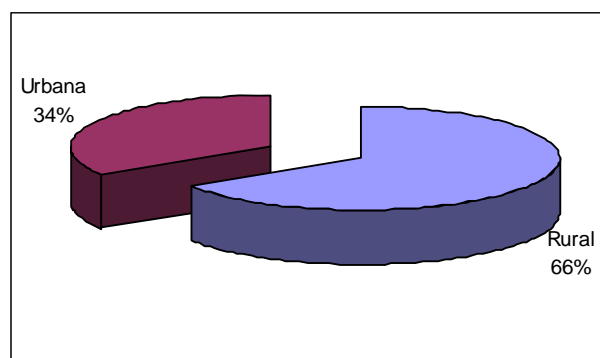


Fonte: Ribeiro (2007b)



A pobreza em Angola é o resultado de uma combinação de factores históricos, políticos, guerra, ecológicos, demográficos, administrativos e sócio-económicos, aliás ela é também um atentado à democracia. Estima-se, actualmente, que a pobreza atinja entre 64,5% e 70% da população do país, sendo esta mais acentuada nas zonas rurais conforme o gráfico 8.

**Gráfico 10:** Nível de pobreza em Angola nas zonas urbanas e rurais



**Fonte:** Valente (2001)

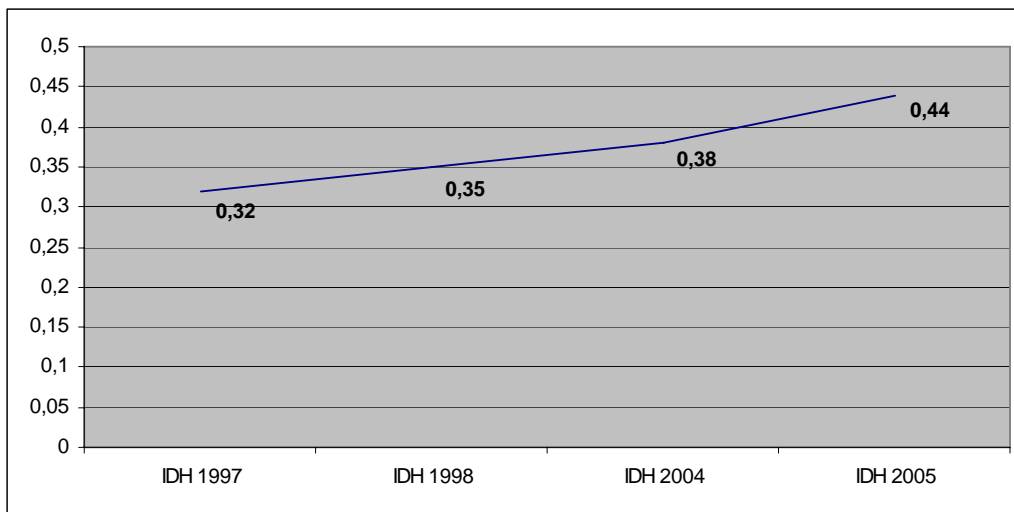
Contudo, uma das mais interessantes conclusões do Inquérito Prioritário das Condições de Vida da População, elaborado, em 1995, pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) em Benguela, Cabinda, Lobito, Luanda, Lubango e Luena é de que 44,8% dos agregados familiares chefiados por mulheres vivem acima da linha de pobreza contra 37,2% dos agregados chefiados por homens, prevalecendo no entanto, uma proporção ligeiramente superior de agregados familiares chefiados por mulheres (12,7%) em relação a agregados familiares chefiados por homens (11,3%) em pobreza extrema. (Valente, 2001)

Esta constatação provocou alguma surpresa na medida em que um outro inquérito realizado em 1990, ou seja, cinco anos antes indicava exactamente o contrário. Entretanto, outros dados retirados do inquérito, de 1995, atribuíram esta mudança por um lado ao aumento do envolvimento das mulheres das áreas urbanas no sector informal e por outro ao colapso dos salários no sector formal, auferidos principalmente por homens. (Valente, 2001)



O índice de Desenvolvimento Humano (IDH) em Angola tem reflectido as condições precárias em que vive a maioria da população (vide gráfico 9).

**Gráfico 11:** Evolução do IDH em Angola, 1997 – 2005



**Fonte:** República de Angola (2006) e PNUD (2005)

Dados recolhidos em 1993, pelo INE, em Luanda estimavam que 30% das mulheres economicamente activas são analfabetas contra 7% dos homens. O referido relatório fornece ainda a percentagem de 1,5 % de mulheres licenciadas contra 7% de homens . Neste sentido , é lógico perceber a discriminação no mercado de trabalho formal traduzida numa taxa de desemprego para as mulheres de 79% contra 53% para os homens. (Valente, 2001)

Por outro lado, enquanto no sector formal as mulheres empregadas representam tão somente 17% do total contra 82 % de homens, no sector informal elas representam 55% contra 44% de homens . (Valente, 2001)

No que tange à discriminação do género nos locais de trabalho ou em qualquer outra actividade laboral, é interpretada como uma violação da lei. O princípio de igual salário para mulheres e homens, acesso ao mesmo tipo de formação profissional e possibilidades de carreira, a legislação sobre segurança social relativa aos subsídios e pensões é igualmente não discriminatória, o que não se reflecte grandemente na vida



dos cidadãos, apenas uma pequeníssima percentagem da população é assalariada e por conseguinte está abrangida por estes benefícios legalmente estabelecidos.

## 2.4 Participação da Mulher na Política

Um dos domínios onde provávelmente os factores históricos mais que os culturais e tradicionais fragilizaram a participação activa das mulheres em Angola, foi sem dúvida alguma o da esfera política.

No entanto, foi sem dúvidas a proclamação da independência nacional e a adesão e adopção de uma série de mecanismos internacionais quem abriu novas perspectivas para as mulheres, que sempre se destacaram ao lado dos homens quer no período da luta de libertação nacional, quer na luta pela democracia e defesa dos direitos da mulher. Prova desta situação foram as leis aprovadas no período pós independência sem qualquer espectro discriminatório. (Valente, 2001)

A presente situação, muito longe ainda de ser aceitável, é bastante diferente se considerarmos que, mesmo sem o recurso à fixação de quotas, as mulheres representam as seguintes percentagens em posições de liderança política (vide tabela 2)

**Tabela 2:** Distribuição percentual de Mulheres em posições de liderança política em Angola

POSIÇÕES	TOTAL	Nº / % DE MULHERES
Deputados da Assembleia Nacional	220	15,45%
Ministros	27	18,5%
Vice-Ministros	41	12,19%
Magistrados	90	13,3%

Fonte: Valente (2001)



## 2.5 A Mulher no sector de Micro e PME's

Segundo Grassi (2006), o mercado real económico em Angola é constituído maioritariamente por mulheres e, como resultados da sua pesquisa realizada com mulheres empresárias de Luanda e Benguela encontrou diferenças de sensibilidade e de atitudes das mulheres em relação aos homens no que diz respeito à iniciativa de montar um negócio, à sua organização e à capacidade de trabalho e de inovação.

No sector formal, devido à intervenção do Estado na regulação e fiscalização do mercado; às insuficiências do sistema financeiro, principalmente no que concerne à concessão de crédito, aos constrangimentos e excesso de burocracia nos registos e legalização da propriedade, a desigualdade do género tem dificultado o desenvolvimento do empresariado feminino Angolano.

No entanto, por muito paradoxal que pareça, uma das consequências mais desestabilizadoras do fenómeno da globalização - o surgimento das economias paralelas - tem constituído uma das principais formas de subsistência das populações mais pobres e consequentemente das mulheres. Nos centros urbanos e nas zonas periféricas das cidades de Angola estas lideram a actividade comercial, de maior rotação de capital, com 55% contra 44% de homens, o que lhes tem potenciado de um verdadeiro espírito empresarial. (Valente, 2001)

Os mercados laborais informais em diversas regiões do Mundo em Desenvolvimento estão fortemente fragmentados e diferenciados em função do género numa variedade de formas, na medida em que aparecem compostos de vários tipos distintos de oportunidades. Por exemplo, as actividades das mulheres encontram-se frequentemente em sub-sectoros específicos tais como a preparação da alimentação, pequena produção, comércio de rua ou trabalho subcontratado.



Bromley (1978), no seu estudo em Cali, mostrou que comerciantes do sexo masculino tendem a possuir operações mais largas assim como a lidar mais com mercadorias que não estão ligadas alimentação, enquanto que as mulheres tendem a possuir operações menores ligadas ao sector alimentar. (Ducados, 2007)

As actividades dos homens em comparação as actividades das mulheres tendem a ser distribuídas dum modo igual através dos vários sub-sectores. O estudo de Scott (1990) sobre o sector informal em Lima, revelou que os homens são a maioria no sector e que dominam todas as categorias de emprego no sector informal, excepto o trabalho doméstico. (Ducados, 2007)

A tabela 3 mostra a segmentação por género no sector informal de varias regiões do Mundo em Desenvolvimento. A referida tabela mostra claramente que as actividades das mulheres no sector informal é diferente das dos homens em varias maneiras. As mulheres estão geralmente concentradas em sectores que requerem menos capital e formação. O exemplo mais evidente que se pode observar em todas as regiões e a pouca ou nada existência da presença de mulheres no sector de transporte, em comparação com os homens.

A diferença de rendimentos entre os homens e as mulheres no sector informal são normalmente devido ao facto que as mulheres tem uma falta de capital inicial, pouca formação adquirida e pouca experiência de trabalho profissional.

Apesar das diferenças de rendimento das mulheres no sector informal serem um factor que mantém as mulheres no sector mais baixo do mercado, não é possível generalizar este fenómeno uma vez que não é um factor comum encontrado nas diversas regiões dos Países em Desenvolvimento. Por exemplo, estudos sobre o sector informal a partir de uma perspectiva de género revelam alto nível de diferenciação nos rendimentos no sector informal a favor da mulher.



**Tabela 3:** Percentagem da força laboral entre homens e mulheres no sector informal em certos Países em Desenvolvimento

CONTINENTES	SECTOR						TOTAL	
	Manufatura		Transporte		Serviços		H	M
	H	M	H	M	H	M		
<b>África</b>								
Burundi (1990)	31	60	13	0	17	21	21	32
Congo (1984)	39	43	11	0	21	60	25	57
Egipto (1986)	22	5	31	0	18	3	21	3
Gâmbia (1983)	38	100	13	0	23	60	25	62
Mali (1990)	63	35	50	0	39	33	45	34
Zâmbia (1986)	31	81	8	0	31	71	29	72
<b>América Latina / Caribe</b>								
Brasil (1990)	14	5	24	2	23	24	19	21
Costa Rica (1984)	14	13	11	0	7	22	8	19
Honduras (1990)	15	52	29	0	26	29	21	34
Jamaica (1988)	21	11	29	0	27	32	25	28
México (1992)	8	11	21	2	30	16	22	15
Uruguai (1985)	15	20	12	0	19	14	17	15
Venezuela (1992)	13	30	50	10	25	20	23	21
<b>Ásia e Oceano Pacífico</b>								
Indonésia (1985)	28	57	44	20	47	68	41	65
Iraque (1987)	15	13	34	0	7	4	5	11
Coréia (1989)	24	21	36	40	78	52	48	41
Malásia (1986)	9	22	22	5	21	26	17	24
Qatar (1986)	0	0	0	0	1	0	1	0
Síria (1991)	21	18	39	0	91	4	61	7
Tailândia (1990)	8	14	43	14	11	30	12	24
Fidji (1986)	15	20	25	0	13	9	15	10

Fonte: Ducados (2007)

No estudo da Costa do Marfim de Baden (1997), um terço das mulheres contra um quarto dos homens no sector informal de Abidjan pertenciam a grupos de rendimento alto.

Na Tanzânia, Baden (1997) mostrou que algumas mulheres, usando capital emprestado dos seus maridos, ou outros familiares, ou com a ajuda dos grupos informais de poupanças, tinham estabelecido grandes negócios, com rendimentos consideravelmente maiores do que os disponíveis no sector formal do emprego.

O exemplo das mulheres comerciantes na África Ocidental (Mamás Benz) são frequentemente citados em estudos sobre o nível micro, sugerindo que tais grupos de mulheres encontram-se numa posição económica favorável. (Ducados, 2007)



O sector do comércio constitui um elemento fundamental da configuração da estrutura económica moderna, resultando evidente a sua participação destacada na criação de empresas e de empregos. Porém o seu papel não é simplesmente económico mas também, desempenha uma importante função na estruturação territorial e populacional da sociedade. (Gomes, 2006)

Em Angola, o sector do comércio encontra-se ainda claramente polarizado entre o pequeno comércio de carácter tradicional (maioritariamente informal) e as grandes superfícies e grupos comerciais, com um elevado número de agentes comerciais não claramente identificados segundo a classificação em vigor, sendo necessário corrigir esta situação para se obter maior aproximação, criar sinergias e a convergência de todos os tipos de comércio, garantindo-se assim o alcance dos objectivos do processo de modernização. (Gomes, 2006)

O sector do comércio, principalmente o informal, em Luanda, é dominado por mulheres que, ou circulam pelas ruas vendendo os seus produtos, ou possuem uma bancada em determinados locais da cidade ou mesmo dentro de grandes mercados, como é o caso do Mercado Roque Santeiro, o maior do país.



### 3 METODOLOGIA

A condução do presente estudo envolveu uma estratégia, essencialmente quantitativa, auxiliada pela colecta de dados qualitativos como suporte aos dados quantitativos. O estudo traduz-se numa pesquisa de tipo descritiva tendo-se recorrido ao uso da técnica do questionário. Pesquisa de fontes bibliográficas e pesquisa documental sobre a ASSOMEL constituíram também algumas técnicas de colecta de dados para o estudo.

A população alvo do estudo eram mulheres empresárias, tendo-se recorrido a uma amostragem por conveniência de 101 mulheres, sendo 84 membros da ASSOMEL e 17 potenciais membros, que actuam na cidade de Luanda, distribuídas por diversos sectores de actividade.

De referir que das 84 mulheres membros da ASSOMEL envolvidas no estudo, 12 estão em fase de criação do seu negócio, pelo que não responderam a todas as questões do questionário da pesquisa.

O principal instrumento de colecta de dados – o questionário (vide Anexo) – foi construído de raiz em função dos objectivos do estudo e contempla a recolha de informação sobre três grandes dimensões com os respectivas factores, como se apresenta na tabela 4.

A colecta dos dados no campo decorreu no mês de Setembro. As entrevistas e aplicação colectiva dos questionários às membros da ASSOMEL decorreram na sua sede, tendo sido agendadas previamente sessões com grupos de 20 a 25 mulheres.

Para o tratamento dos dados colectados através do estudo recorreu-se ao uso do Microsoft Excel tendo-se optado por uma análise estatística descritiva dos dados.



**Tabela 4:** Dimensões, factores e variáveis do questionário

DIMENSÃO	FACTORES	QUESTÕES
Perfil das empresárias	Dados sócio-demográficos	I.1
	Equilíbrio entre trabalho e vida familiar	I.2
	Aspectos profissionais	I.3
	Motivação para o negócio/ empreendedorismo	I.4
Perfil das empresas/ negócios conduzidos pelas empresárias	Dados gerais da empresa	II.1
	Acesso a tecnologia	II.2
	Necessidades de Formação	II.3
	Fontes de recursos da empresa e volume anual de vendas	II.4
Perfil de gestão das empresárias	Acesso a financiamento	III.1
	Práticas de gestão	III.2
	Desempenho do negócio e atitude quanto ao futuro	III.3
	Obstáculos à operacionalização das actividades e ao desenvolvimento do negócio	III.4

Devido ao tipo de amostragem usada na pesquisa, a generalização dos resultados do estudo deverão ser cautelosas e apenas deverão incidir sobre o total de mulheres empresárias abrangidas pela mesma.



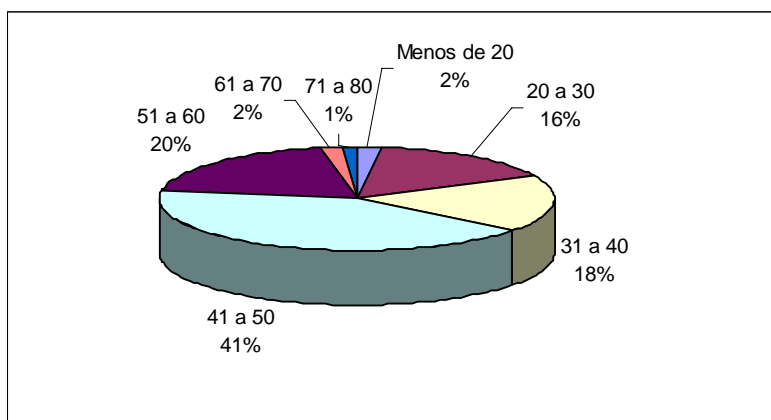
## 4 RESULTADOS DO ESTUDO

### 4.1 Perfil das Mulheres Empresárias

#### 4.1.1 Dados Sócio-demográficos

A maioria das mulheres participantes na pesquisa situam-se numa faixa etária entre 41 a 50 anos e uma pequena percentagem (2%) tem menos de 20 anos (vide gráfico 13).

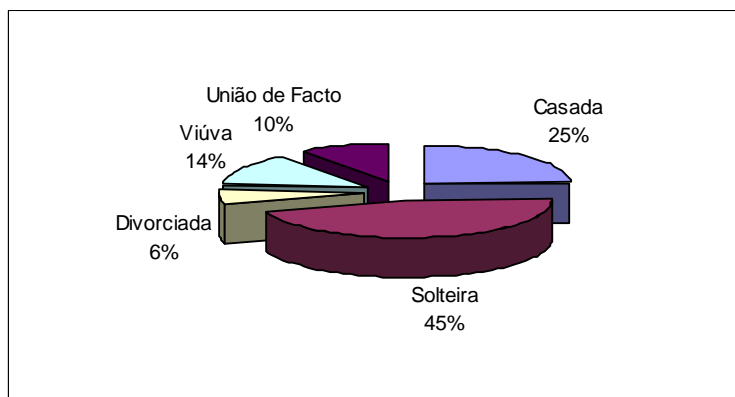
**Gráfico 12: Empresárias por Faixa Etária**



**Fonte:** Dados do questionário

Das 101 mulheres inquiridas, 45% são solteiras e 25% são casadas conforme se ilustra no gráfico 14, abaixo.

**Gráfico 13: Pesquisadas por Estado Civil**

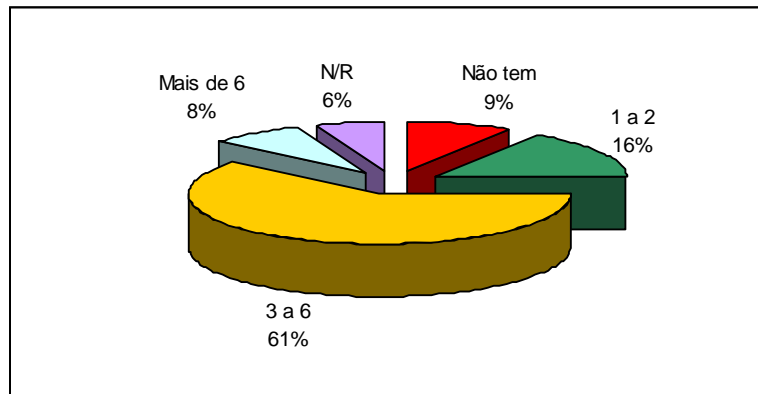


**Fonte:** Dados do questionário



Do total de mulheres inquiridas apenas 9% não tem filhos e 61% daquelas que possuem, tem entre 3 a 6 filhos (vide gráfico 15).

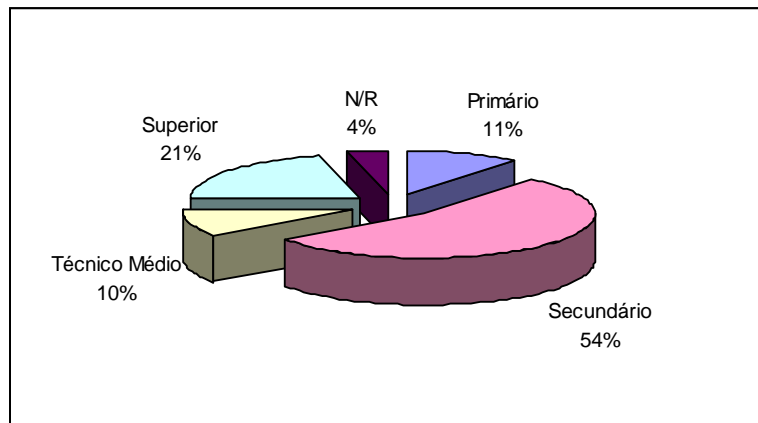
**Gráfico 14: Pesquisadas por Número de filhos**



**Fonte:** Dados do questionário

Todas as mulheres participantes desta pesquisa possuem a nacionalidade angolana e 54% possuem o nível secundário enquanto que apenas 21% tem formação superior (vide gráfico 16).

**Gráfico 15: Pesquisadas por Nível de Formação**



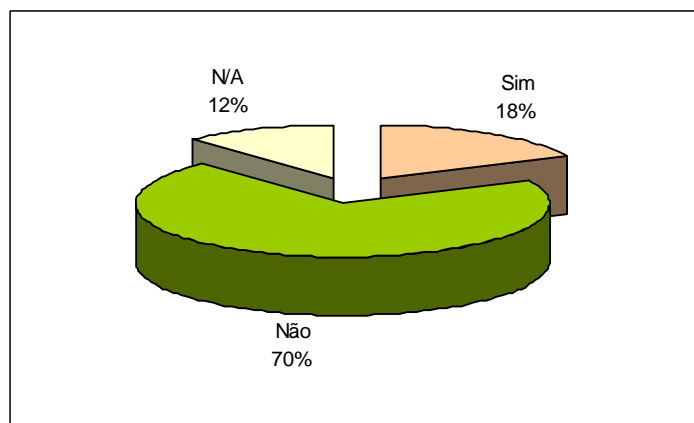
**Fonte:** Dados do questionário



#### 4.1.2 Equilíbrio entre trabalho e vida familiar

Das 89 inquiridas que possuem uma empresa/negócio, 70% considera que a sua actividade empresarial não interfere negativamente no seu ambiente familiar (vide gráfico 17).

**Gráfico 16: Opinião das pesquisadas sobre a interferência negativa da actividade empresarial no ambiente familiar**



**Fonte:** Dados do questionário

Das 18% de empresárias que consideram que a sua actividade empresarial interfere negativamente no seu ambiente familiar, apontaram como alguns dos principais factores de interferência, entre outros, a redução das horas de lazer e as ausências provocadas por viagens de negócios (vide tabela 6).

**Tabela 5: Factores que contribuem para a interferência negativa da actividade empresarial no ambiente familiar**

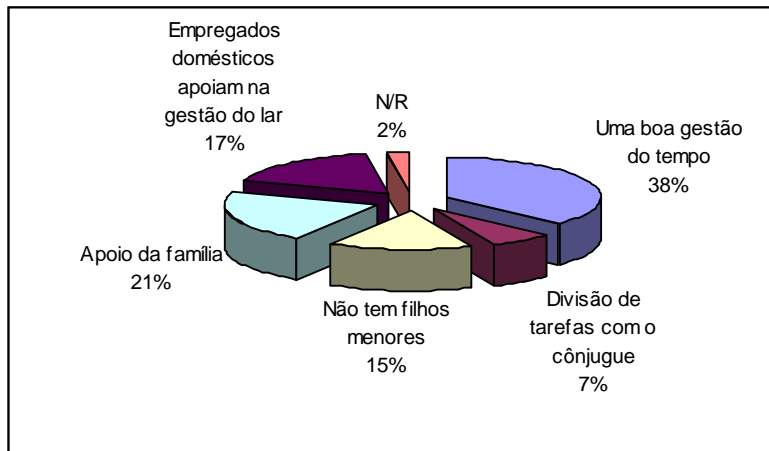
FACTORES	FREQUÊNCIA
Redução das horas de lazer	14
Incompatibilidade com o período de férias escolares ou do cônjuge	2
Ausências provocadas por viagens de negócios	6
Redução do número de refeições em casa	3
Redução da participação na educação dos filhos	6
Desorganização na gestão doméstica	1
Vive longe da empresa	1
Falta de espaço	1

**Fonte:** Dados do questionário



Das 70% mulheres empresárias que afirmaram conseguir ter um equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar, usam como principais estratégias, a boa gestão do seu tempo e o apoio da família, entre outras (vide gráfico 18).

**Gráfico 17: Factores que contribuem para um equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar**

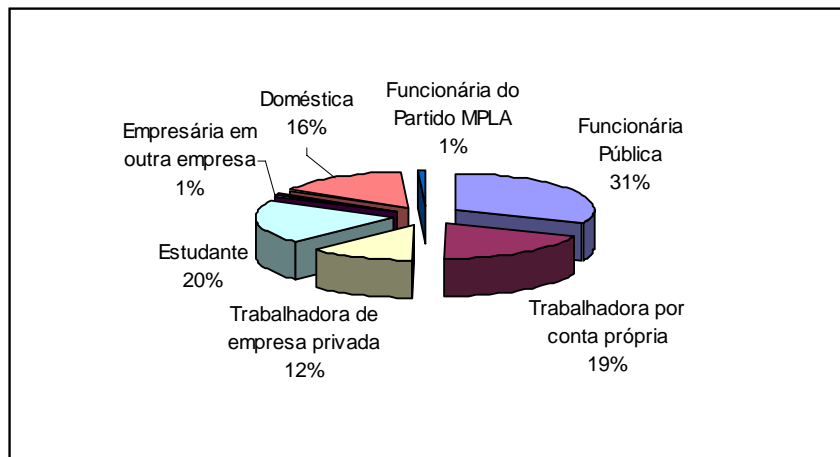


**Fonte:** Dados do questionário

#### 4.1.3 Aspectos Profissionais

Das 89 mulheres pesquisadas que possuem o seu próprio negócio, 31% eram funcionárias públicas antes de iniciarem o seu negócio, 20% eram estudantes e 16% domésticas (vide gráfico 19).

**Gráfico 18: Actividade das pesquisadas antes de iniciarem o seu próprio negócio**

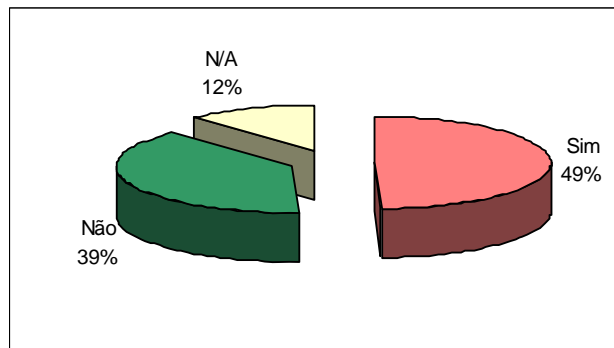


**Fonte:** Dados do questionário



Das 89 mulheres empresárias, 49% afirmou possuir alguma experiência no ramo antes de iniciar o seu próprio negócio, enquanto 39% não possuía essa experiência (vide gráfico 20).

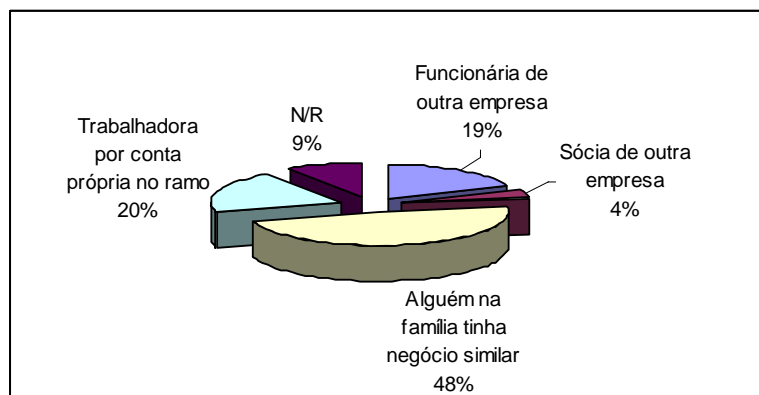
**Gráfico 19: Experiência anterior das Empresárias no ramo de negócio**



**Fonte:** Dados do questionário

Das empresárias que afirmaram ter já experiência no ramo de negócio aquando da abertura das suas empresas/negócios, 48% adquiriram essa experiência através de um familiar com negócio similar (vide gráfico 21).

**Gráfico 20: Mecanismos de aquisição de experiência no ramo de negócio pelas Pesquisadas**



**Fonte:** Dados do questionário



#### 4.1.4 *Motivação para o negócio*

As maiores motivações que estiveram na origem da abertura dos seus negócios pelas empresárias pesquisadas foram a identificação de oportunidades de negócio, a situação de desemprego em que se encontravam e a experiência prévia que possuíam, conforme se apresenta na tabela 7, a seguir.

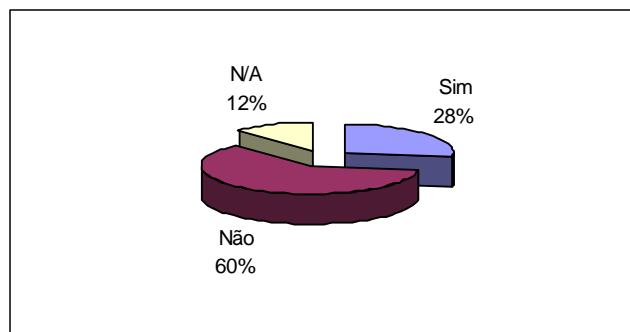
**Tabela 6: Motivação para a criação de Negócio**

MOTIVAÇÕES	FREQUÊNCIA
Oportunidade de Negócio	36
Experiência Anterior	19
Disponibilidade de Tempo	10
Disponibilidade de Capital	8
Desemprego	29
Insatisfação no emprego	7
Aproveitamento de incentivos	11
Melhorar a qualidade de vida	1
Vocação	1
Ter renda própria	1
Criar auto-emprego	1
Dificuldades na vida	1
Força de vontade	1
Sobrevivência	2
Reforma	1
Contributo para a sociedade	1
N/R	9

**Fonte:** Dados do questionário

Apenas 28% das empresárias possuem outra actividade de geração de renda, para além da empresa/negócio que possuem actualmente (vide gráfico 22).

**Gráfico 21: Desenvolvimento de outra actividade de geração de renda pelas Empresárias**



**Fonte:** Dados do questionário



Estas actividades remuneradas que as empresárias desenvolvem para além do seu negócio actual são predominantemente, o trabalho como funcionárias públicas, a actividade de vendedora e a gestão de outra empresa/negócio da sua propriedade (vide tabela 8).

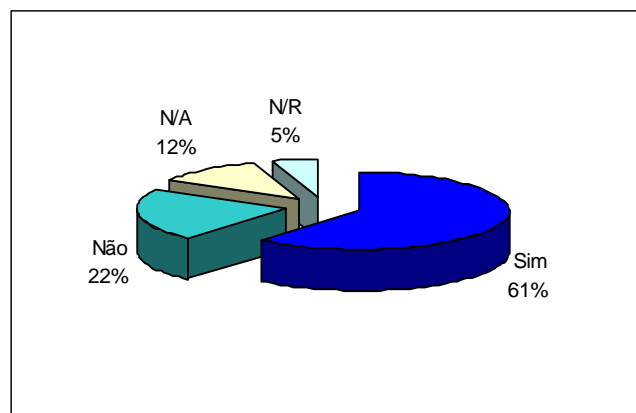
**Tabela 7: Tipo de outra actividade remunerada desenvolvida pelas pesquisadas para além da empresarial**

ACTIVIDADE	FREQUÊNCIA
Funcionária Pública	4
Professora	2
Vendedora	5
Decoradora	2
Secretária	1
Pintora em gesso	1
Trabalhadora de Posto de Enfermagem	2
Aluguer de imóveis	2
Consultora	1
Proprietária de outra Empresa/Negócio	4
Modista	2
Militar	1
Membro do Conselho de Administração de outra Empresa	1

**Fonte:** Dados do questionário

Das 89 mulheres pesquisadas que possuem o seu próprio negócio, 61% afirmou ser a única proprietária do negócio, ou seja, não possuir nenhuma sociedade (vide gráfico 23).

**Gráfico 22: Partilha de sociedade no negócio**



**Fonte:** Dados do questionário



Das 22% empresárias que afirmou não ser a única proprietária do negócio, 36% partilha a sociedade com o marido, 27% com os filhos e 23% com amigos, (vide tabela 19). A percentagem predominante de partilha de sociedade com o marido e amigos é de 50%, enquanto que com os filhos esta percentagem varia entre os 20% e 25%, conforme se pode observar na tabela 19, abaixo.

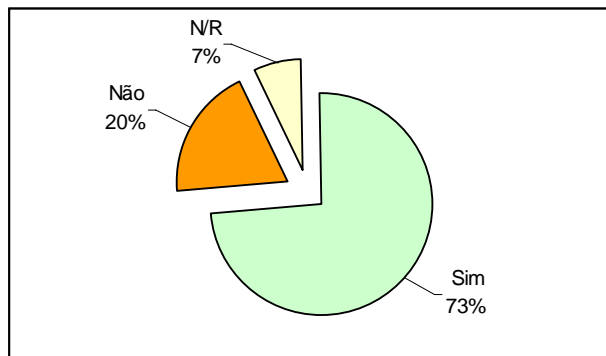
**Tabela 8: Partilha de sociedade no negócio por tipo de pessoa e percentagem**

	FREQUÊNCIA (N=22)	PERCENTAGEM	5%	15%	20%	25%	30%	35%	50%	60%
Marido	8	36%					1	1	6	
Irmão	2	9%							2	
Pais	1	5%							1	
Filhos	6	27%			2	3				1
Amigos	5	23%	1	1					3	

**Fonte:** Dados do questionário

Quando se questionou às 101 mulheres inquiridas no âmbito desta pesquisa se escolheriam continuar a carreira profissional em que actualmente estão envolvidas, 73% afirmou positivamente, enquanto que 20% deu uma resposta negativa (vide gráfico 24).

**Gráfico 23: Escolha de Carreira pelas Pesquisadas**



**Fonte:** Dados do questionário

As principais razões evocadas por 70% das mulheres que afirmou escolher continuar a desenvolver a sua carreira actual foram, nomeadamente: o gosto pela actividade que desenvolvem, a rentabilidade do negócio que desenvolvem, a experiência que já possuem no ramo de negócio em que actuam, a intenção de



expandir o negócio e a melhoria do seu nível de vida com o negócio que conduzem (vide tabela 10).

**Tabela 9: Razões das Empresárias para não mudarem de Carreira**

<b>RAZÕES PARA NÃO MUDAR DE CARREIRA</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>
Gosto pelo que faz	25
Oportunidade de Negócio	2
Expansão do Negócio	7
Experiência no ramo	10
Gosto por Desafios	1
Rentabilidade do Negócio	11
Aumento de empregabilidade	1
Sobrevivência	3
Melhoria do Nível de vida	5
Formação académica compatível com o Negócio	1
Satisfação dos Clientes com a qualidade dos serviços	1
Hábito de fazer negócio	1
Vocação para o negócio	2

**Fonte:** Dados do questionário

Das 20% empresárias que afirmou querer mudar de carreira profissional, evocaram como principais razões, o desejo de ter outra profissão e de criar outro tipo de negócio, para além da incompatibilidade entre salário e o custo de vida (vide tabela 11).

**Tabela 10: Razões das Empresárias para não mudarem de Carreira**

<b>RAZÕES PARA MUDAR DE CARREIRA</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>
Desejo de ter outra profissão	6
Desejo de criar outro tipo de negócio	6
Incompatibilidade salário/custo de vida	2
Constituir empresa própria	1
Falta de financiamento	1
Incompatibilidade formação académica/negócio	1

**Fonte:** Dados do questionário



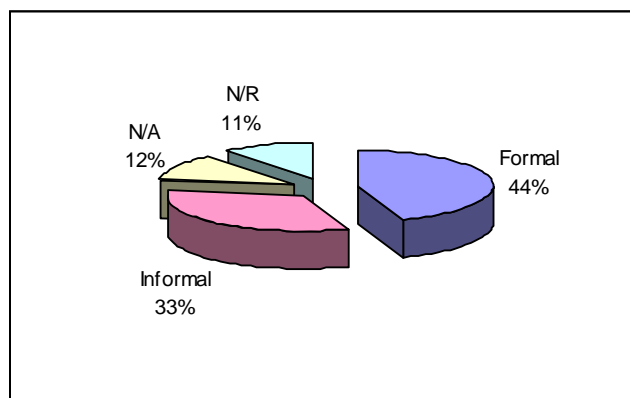
## 4.2 Caracterização das Empresas

### 4.2.1 Dados gerais da Empresa

O perfil das empresas/negócios das mulheres inquiridas no âmbito desta pesquisa, incluindo das 12 mulheres inquiridas que ainda estão em fase de criação do seu negócio, é apresentado num documento à parte deste relatório.

No entanto, conforme se pode observar no gráfico 25, abaixo, a maioria (44%) das empresas/negócios geridos pelas 89 inquiridas enquadram-se no sector formal, embora uma percentagem considerável (33%) delas pertençam ao sector informal.

**Gráfico 24: Sector da Empresa/negócio das Pesquisadas**



**Fonte:** Dados do questionário

A tabela 12 mostra-nos que, das 89 empresas/negócios geridas actualmente pelas empresárias pesquisadas, 25 foram criadas entre os anos 1976 e 1996, 47 foram criadas nos últimos 10 anos, sendo que destas 47, quase metade (23), emergiram nos últimos 3 anos. Isto demonstra que a tendência de criação e a quantidade de empresas e pequenos negócios pelas mulheres em Angola tem sido crescente.



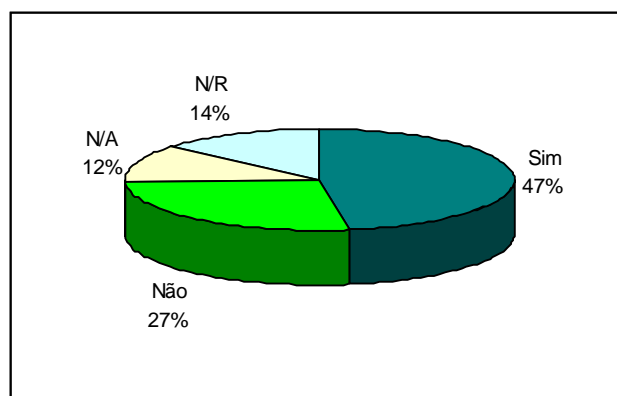
**Tabela 11: Data de criação da empresa/negócio das Pesquisadas**

ANO DE CRIAÇÃO	FREQUÊNCIA	ANO DE CRIAÇÃO	FREQUÊNCIA
1976	1	1998	2
1977	1	1999	1
1986	1	2000	3
1987	5	2001	3
1988	1	2002	8
1989	1	2003	3
1990	3	2004	2
1991	1	2005	8
1992	5	2006	10
1994	3	2007	5
1995	2	N/A	12
1996	1	N/R	17
1997	2		

**Fonte:** Dados do questionário

Mais de metade (47%) das 89 empresas/negócios geridas pelas mulheres pesquisadas estão registadas legalmente (vide gráfico 26) mas, conforme se demonstra na tabela, 13 a maioria delas foi legalizada alguns anos após ter iniciado as suas actividades. Isto deve-se aos procedimentos burocráticos e aos custos envolvidos no processo de legalização de negócios em Angola, facto que constitui um grande constrangimento apontado por muitas das empresárias inquiridas.

**Gráfico 25: Registro Legal da empresa/negócio**



**Fonte:** Dados do questionário



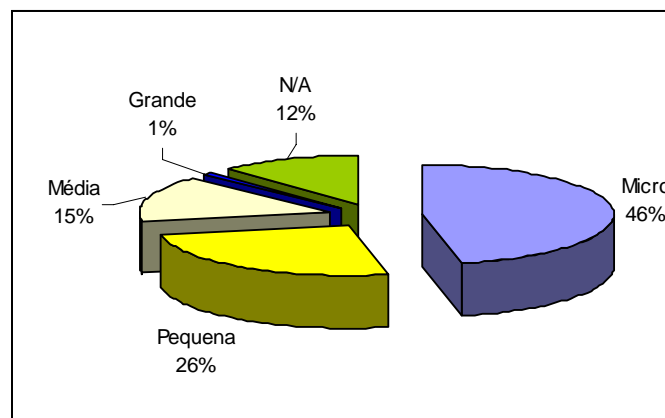
**Tabela 12: Ano de constituição/legalização da empresa/negócio**

ANO DE CONSTITUIÇÃO	FREQUÊNCIA	ANO DE CONSTITUIÇÃO	FREQUÊNCIA
1976	1	2001	2
1987	1	2002	4
1988	1	2003	3
1989	1	2004	2
1991	2	2005	2
1992	2	2006	3
1994	1	2007	6
1995	2	N/A	12
1996	2	N/R	8
2000	5		

**Fonte:** Dados do questionário

Relativamente à dimensão das empresas, observa-se que 72% das mulheres empresárias pesquisadas possuem micro e pequenos negócios (vide gráfico 27).

**Gráfico 26: Dimensão da Empresa/Negócio**

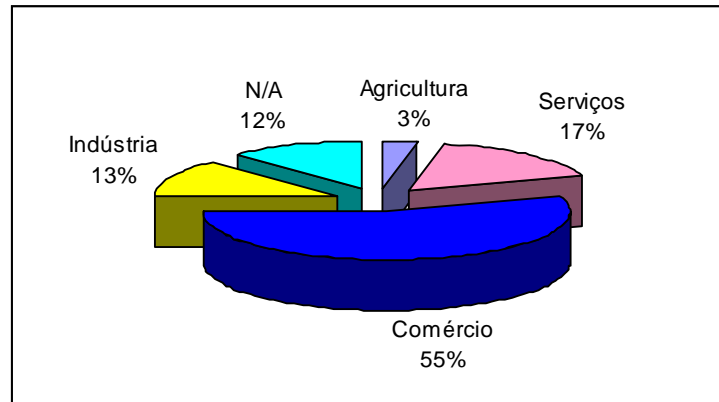


**Fonte:** Dados do questionário

Quanto ao sector de actividade, os resultados da pesquisa demonstram que 55% destas empresas/negócios pertencem ao sector de comércio, 17% ao sector de serviços, 13% ao sector industrial e apenas 3% ao sector agrícola (vide gráfico 28 e tabela 14).



**Gráfico 27: Sector de Actividade da Empresa/Negócio**



**Fonte:** Dados do questionário

**Tabela 13: Tipo de Actividade da Empresa/Negócio**

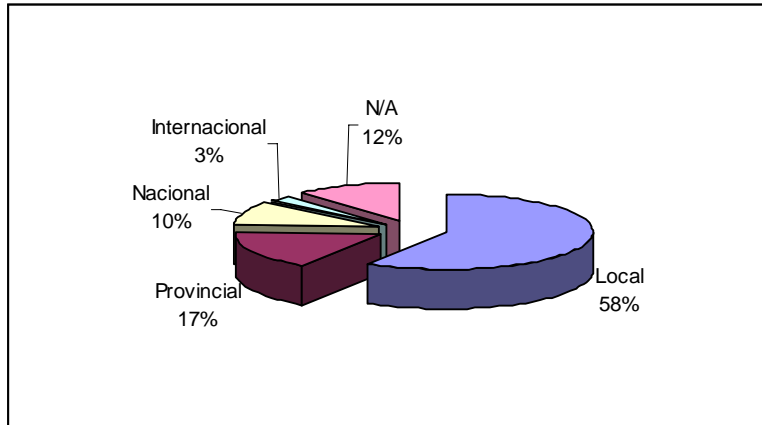
TIPO DE ACTIVIDADE	FREQUÊNCIA	TIPO DE ACTIVIDADE	FREQUÊNCIA
Restaurante	9	Decoração de festas e outros eventos	1
Decoração de interiores	3	Venda de Materiais de Construção	2
Indústria de Cosméticos	2	Venda de Electrodomésticos	1
Roupa/Moda	21	Panificação e Pastelaria	3
Serviços de Transporte	1	Minas	1
Artesanato	2	Venda de produtos alimentares	8
Educação/Formação	3	Comércio Geral	27
Vendas a retalho e a grosso	2	Saúde	1
Farmácia	2	Publicidade	1
Indústria de tratamento de madeira	1	Produção de gelados	2
Salão de cabeleireiro	5	N/R	17

**Fonte:** Dados do questionário

A maioria destas empresas/negócios (58%) operam localmente, contudo, 27% das mesmas operam a nível provincial e nacional o que significa que estas empresárias tem realizado esforços na expansão dos seus negócios para outros mercados do país (vide gráfico 29).



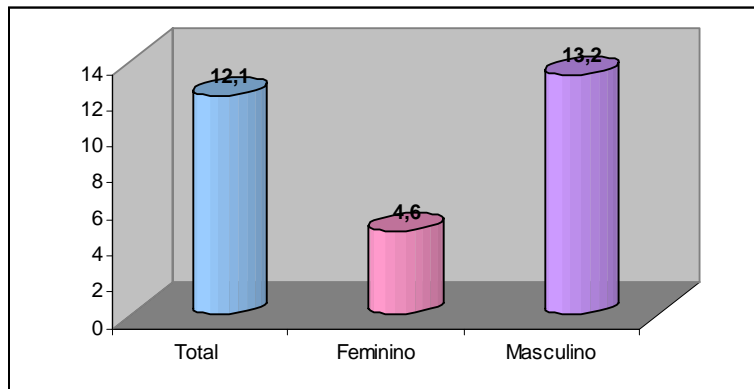
**Gráfico 28: Âmbito de actuação da Empresa**



**Fonte:** Dados do questionário

Em media, o número de total de trabalhadores empregues pelas 89 empresas/negócios geridas pelas mulheres pesquisadas é de 12, e na sua maioria são do sexo masculino (vide gráfico 30).

**Gráfico 29: Média de Trabalhadores da Empresa por Sexo**



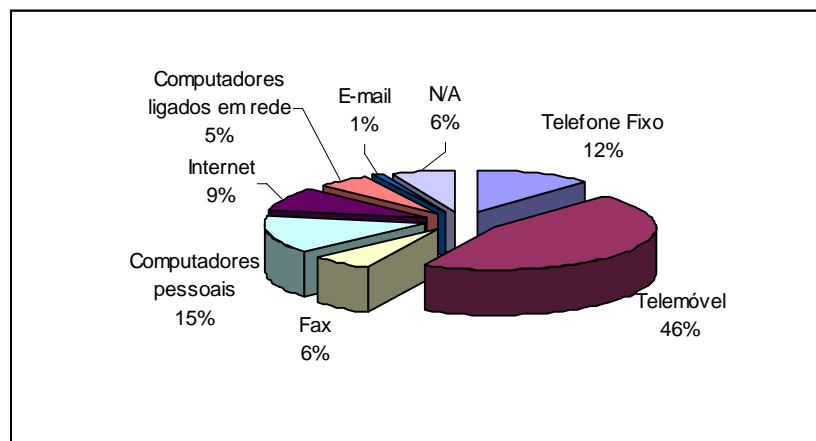
**Fonte:** Dados do questionário



#### 4.2.2 Acesso a Tecnologia

A maioria das empresas/negócios (48%) usam o telemóvel como principal recurso tecnológico e de comunicação e, embora 15% das mesmas possuam computadores pessoais, apenas 5% têm os computadores ligados em rede e 1% faz uso do e-mail (vide gráfico 31).

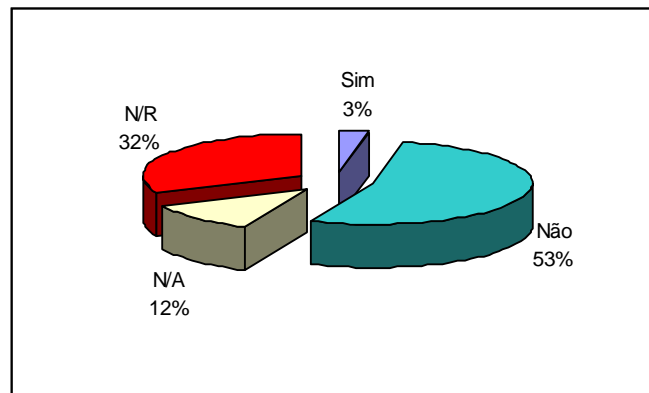
**Gráfico 30: Tecnologias existentes na Empresa**



**Fonte:** Dados do questionário

Por outro lado, apenas 3% das empresas/negócios geridos pelas mulheres pesquisadas possuem um Website (vide gráfico 32).

**Gráfico 31: Empresas com Website**



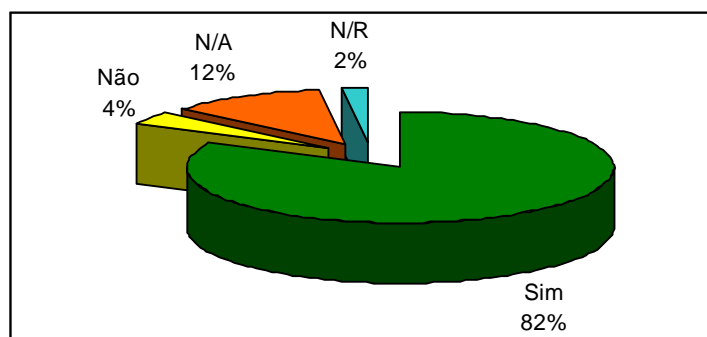
**Fonte:** Dados do questionário



### 4.2.3 Necessidades de Formação

Grande parte das empresárias pesquisadas (82%) afirma que necessita de formação quer para si próprias quer para o pessoal que emprega (vide gráfico 33), predominantemente, em áreas como: gestão, contabilidade e finanças, marketing, comunicação, liderança e secretariado (vide tabela 15).

**Gráfico 32: Necessidades de Formação de Pessoal da Empresa**



**Fonte:** Dados do questionário

**Tabela 14: Áreas de Necessidades de Formação de Pessoal da Empresa**

ÁREAS DE FORMAÇÃO	FREQUÊNCIA	ÁREAS DE FORMAÇÃO	FREQUÊNCIA
Gestão	62	Turismo e hotelaria	2
Contabilidade/Finanças	45	Línguas	6
Liderança	18	Decoração	1
Secretariado	17	Formação em Estética	1
Marketing	28	Gestão de Recursos Humanos	1
Comunicação	22	Comércio	4
Atendimento ao cliente	2	Pastelaria	3
Informática	3	N/A	12
Cozinha	1	N/R	1

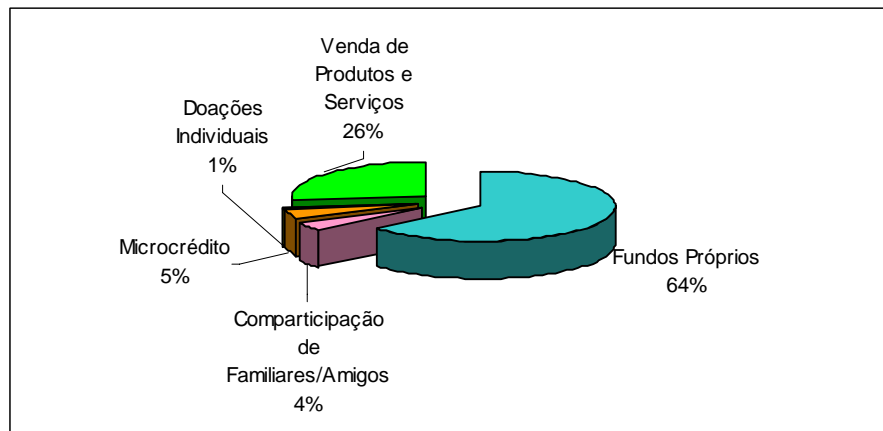
**Fonte:** Dados do questionário



#### 4.2.4 Fontes de Recursos da Empresa e volume anual de vendas

Os dados da pesquisa revelam que a principal fonte de recursos das empresas/negócios das mulheres empresárias são os fundos próprios (vide gráfico 34).

**Gráfico 33: Principais fontes de Recursos da Empresa/Negócio**



**Fonte:** Dados do questionário

Do total das 89 mulheres pesquisadas que possuem a sua empresa/negócio, 27 não revelaram o volume anual de vendas dos seus negócios mas a tabela 16 mostra que, enquanto 29 das empresas possui um volume anual de vendas inferior a 5.000,00 USD, há um número considerável (16) delas com um volume anual de vendas que oscila entre os 30.000,00 USD e os 100.000,00 USD.

**Tabela 15: Volume Anual de Vendas da Empresa/Negócio**

VOLUME ANUAL DE VENDAS (USD)	FREQUÊNCIA	VOLUME ANUAL DE VENDAS (USD)	FREQUÊNCIA
De 100 a 500	10	De 21001 a 24000	1
De 501 a 1000	7	De 24001 a 27000	1
De 1001 a 2000	6	De 30001 a 50000	4
De 2001 a 5000	6	De 50001 a 100000	4
De 5001 a 8000	7	Mais de 100000	8
De 8001 a 12000	5	N/A	12
De 12001 a 15000	2	N/R	27
De 18001 a 21000	1		

**Fonte:** Dados do questionário

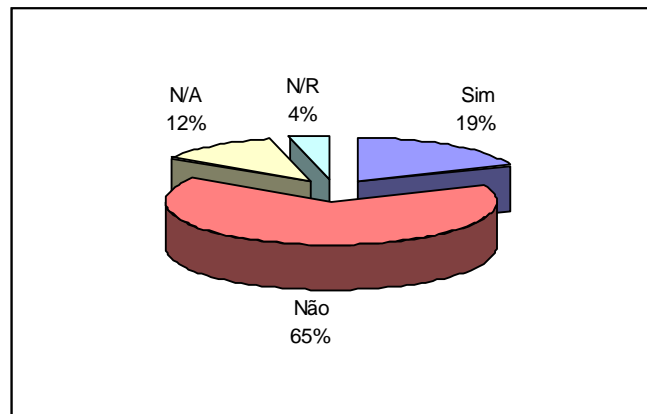


### 4.3 Acesso a financiamento, práticas de gestão e barreiras ao negócio

#### 4.3.1 Acesso a financiamento

Questionou-se as empresárias se recorreram a pedido de financiamento para a criação dos seus negócios e apenas 19% delas afirmou positivamente (vide gráfico 35).

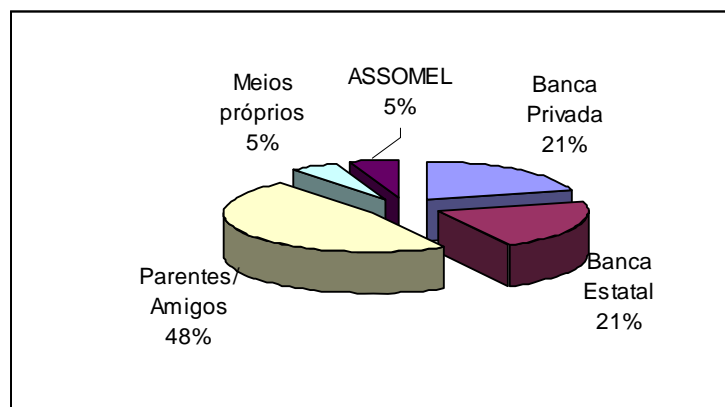
**Gráfico 34: Pedido de financiamento para abertura da Empresa/Negócio**



**Fonte:** Dados do questionário

A maioria destas empresárias recorreu a parentes e amigos como principal fonte de financiamento para iniciar os seus negócios, mas uma percentagem considerável (42%) recorreu à banca privada e estatal (vide gráfico 36).

**Gráfico 35: Fontes de Recursos Financeiros para a abertura do Negócio**



**Fonte:** Dados do questionário



De acordo com as 27% empresárias que recorreram a pedido de financiamento, os principais objectivos do financiamento obtido destinaram-se à compra de matérias primas e mercadorias e máquinas e equipamentos (vide tabela 17).

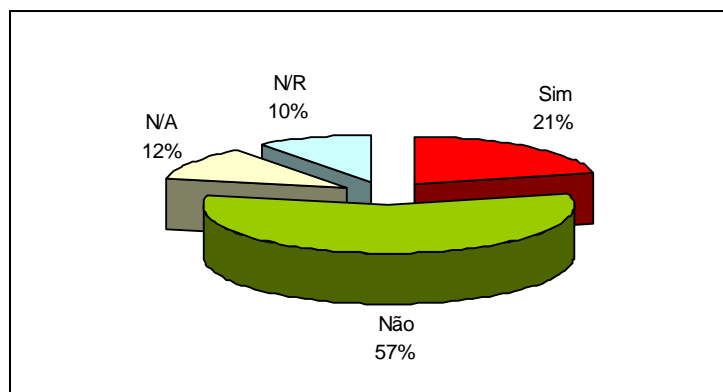
**Tabela 16: Finalidade do Financiamento obtido pelas Empresárias**

<b>FINALIDADE DO FINANCIAMENTO OBTIDO</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>
Formação de capital social	3
Aquisição de matérias-primas e mercadorias	10
Aquisição de máquinas e equipamentos	9
Aquisição de bens de informática	3
Obras e/ou instalações	3
Aquisição de local próprio	5
Aquisição de veículos	3
Fundo de maneo	1
N/A	12
N/R	4

**Fonte:** Dados do questionário

Actualmente, apenas 21% das empresárias pesquisadas trabalham com bancos e instituições de micro-crédito (vide gráfico 37).

**Gráfico 36: Ligação das Empresárias com Bancos ou instituições de Micro-Crédito**

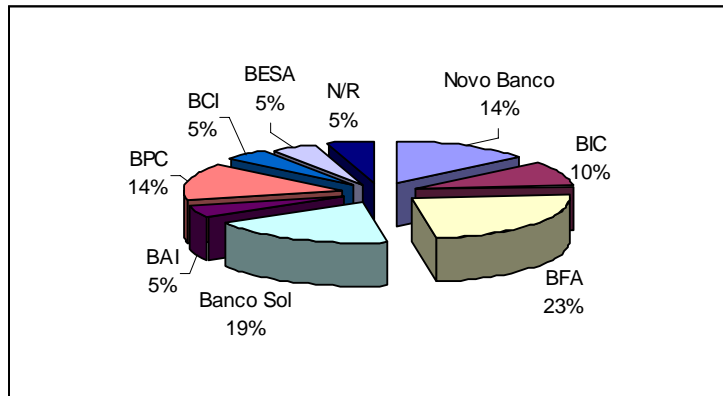


**Fonte:** Dados do questionário



O Banco Fomento de Angola (BFA) é aquele com que uma maior percentagem das empresárias pesquisadas trabalha (23%), seguindo-se o Banco Sol, o Novo Banco e o Banco de Poupança e Crédito (BPC), conforme ilustra o gráfico 38, abaixo.

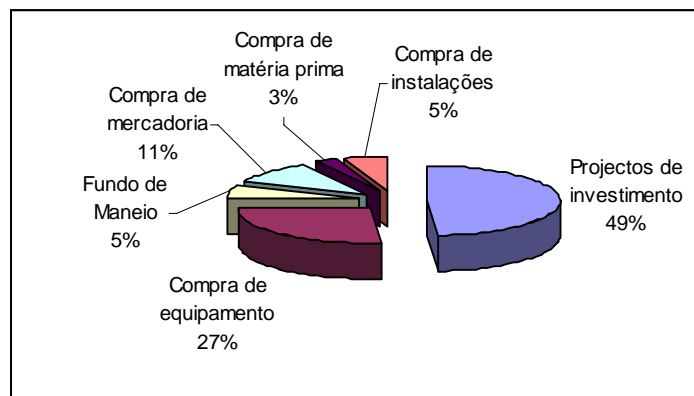
**Gráfico 37: Bancos ou instituições de Micro-Crédito com as quais as Empresárias trabalham**



**Fonte:** Dados do questionário

Das 89 empresárias, 49% costuma recorrer a pedido de financiamento à banca e instituições de micro-crédito para projectos de investimento e 27% para a compra de equipamento (vide gráfico 39).

**Gráfico 38: Finalidade dos Empréstimos solicitados pelas Empresárias**

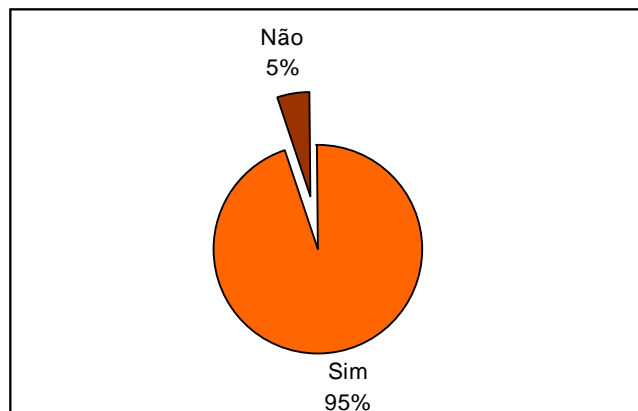


**Fonte:** Dados do questionário



Do total das 101 mulheres inquiridas, no âmbito desta pesquisa, 95% manifestou interesse em solicitar, no futuro, um empréstimo ao Banco ou a alguma instituição de micro-crédito (vide gráfico 40).

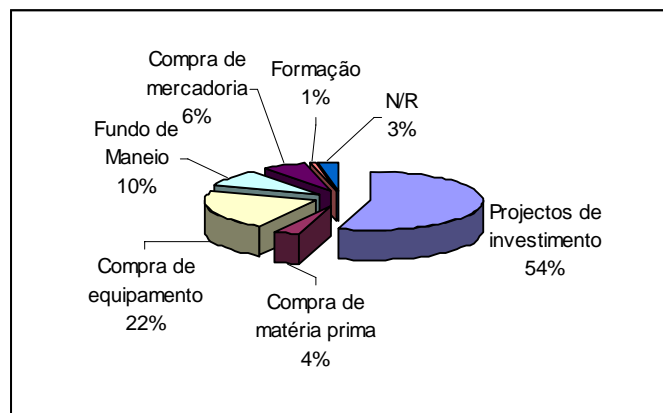
**Gráfico 39: Interesse das Empresárias em solicitar empréstimo no futuro**



**Fonte:** Dados do questionário

Segundo as mulheres inquiridas que manifestaram interesse em solicitar no futuro um empréstimo ao Banco, a finalidade do mesmo destinar-se-á, essencialmente, a projectos de investimento (54%) e compra de equipamento (22%), conforme ilustra o gráfico 41, que se segue.

**Gráfico 40: Finalidade do empréstimo a ser solicitado pelas Empresárias**

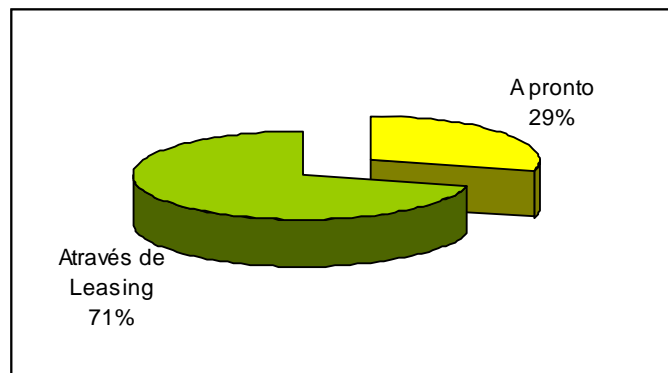


**Fonte:** Dados do questionário



O *Leasing* constitui a principal forma de pagamento de empréstimo para 22% das mulheres que possuem a intenção de solicitar empréstimo à banca para a compra de equipamento (vide gráfico 42).

**Gráfico 41: Formas de pagamento de empréstimo para aquisição de equipamento**



**Fonte:** Dados do questionário

De 95% das empresárias interessadas em, futuramente, obter financiamento da banca para o desenvolvimento dos seus negócios, 34 delas pretendem solicitar um montante até 30.000,00 USD enquanto que um total de 52 mulheres manifestaram interesse em solicitar um empréstimo no montante entre 30.000,00 USD a 100.000,00 USD (vide tabela 18).

**Tabela 17: Montante do Empréstimo a solicitar ao Banco pelas Empresárias**

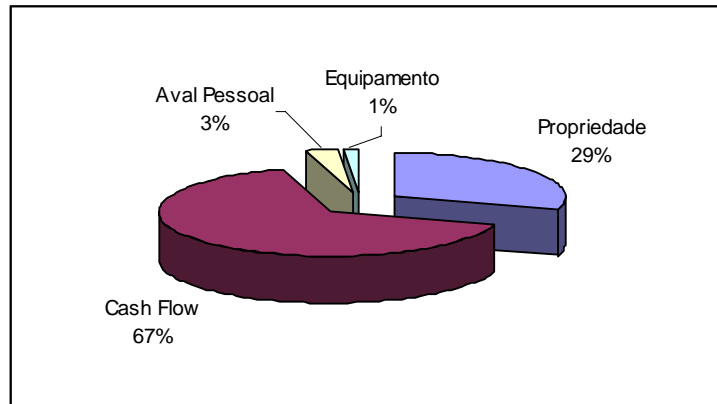
VALOR DO EMPRÉSTIMO A SOLICITAR (USD)	FREQUÊNCIA	VALOR DO EMPRÉSTIMO A SOLICITAR (USD)	FREQUÊNCIA
Até USD 5000	5	De 45001 a 50000	14
De 5001 a 10000	5	De 55001 a 60000	1
De 10001 a 15000	7	De 65001 a 70000	1
De 15001 a 20000	3	De 75001 a 80000	1
De 20001 a 25000	6	De 85001 a 90000	1
De 250001 a 30000	8	De 95001 a 100000	12
De 30001 a 35000	5	Mais de 100000	16
De 35001 a 40000	1	N/R	15

**Fonte:** Dados do questionário



De 95% das mulheres pesquisadas que manifestaram interesse em solicitar, no futuro, empréstimo ao Banco, 67% afirmou que daria o *cash flow* do negócio como garantia ao Banco e 29% daria a propriedade como garantia (vide gráfico 43).

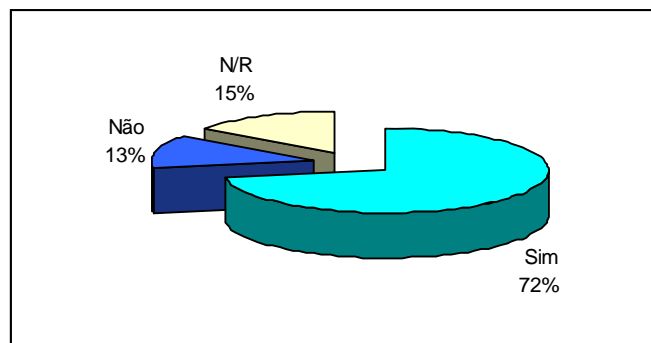
**Gráfico 42: Tipo de Garantia que as Empresárias disponibilizariam ao Banco para efeitos de empréstimo**



**Fonte:** Dados do questionário

Apenas 13% das mulheres pesquisadas manifestaram a intenção de contribuir com uma percentagem ao solicitar o empréstimo ao Banco (vide gráfico 44), sendo esta percentagem, predominantemente, de 20% do valor do empréstimo (vide tabela 19).

**Gráfico 43: Solicitação de empréstimo de 100% ao Banco pelas Empresárias**



**Fonte:** Dados do questionário

**Tabela 18: Percentagem da contribuição do empréstimo ao Banco pelas Empresárias**



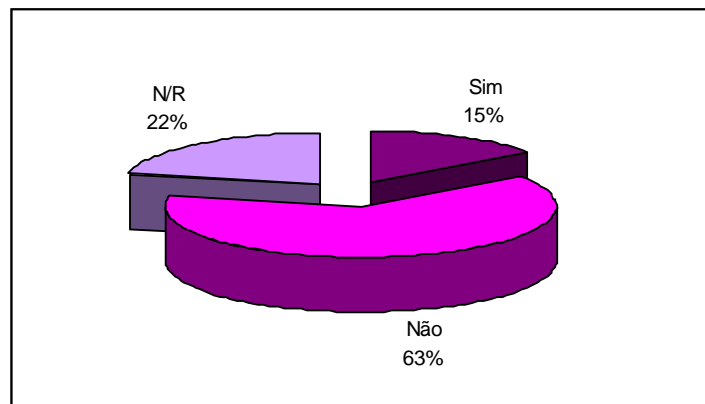
% DA CONTRIBUIÇÃO DO EMPRÉSTIMO	FREQUÊNCIA
5%	1
10%	1
20%	5
30%	2
40%	1
50%	1
60%	2

Fonte: Dados do questionário

#### 4.3.2 Práticas de gestão

Das 89 mulheres inquiridas que possuem uma empresa/negócio, 63% afirmou não ter realizado um estudo de viabilidade para a abertura do negócio, enquanto que 15% afirmou ter realizado (vide gráfico 45).

Gráfico 44: Estudo de Viabilidade para a abertura do Negócio

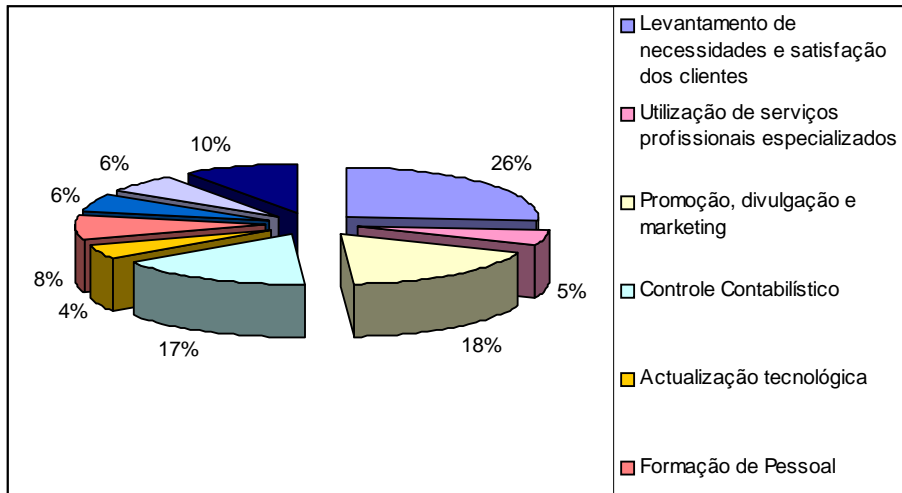


Fonte: Dados do questionário

As principais práticas de gestão regularmente usadas pelas empresárias pesquisadas são, nomeadamente: o levantamento de necessidades e satisfação dos clientes (26%), a promoção, divulgação e marketing dos seus serviços ou produtos (18%) e o controlo contabilístico do seu negócio (17%), conforme se ilustra no gráfico 46, abaixo.



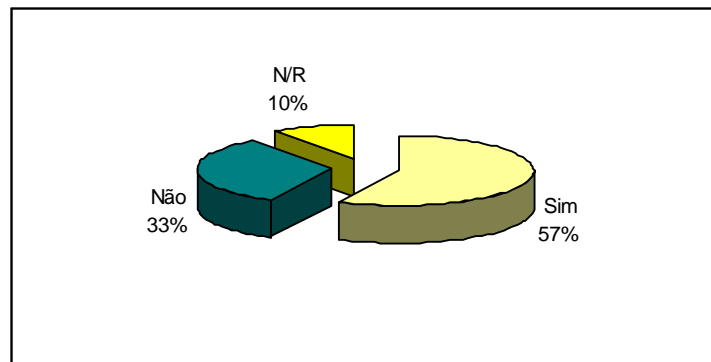
**Gráfico 45: Práticas de gestão regularmente usadas pelas Empresárias**



**Fonte:** Dados do questionário

Os dados da pesquisa revelam que 57% das empresárias inquiridas tem recorrido ao apoio profissional externo para o desenvolvimento dos seus negócios, essencialmente, através do contacto de pessoas com conhecimento do ramo de negócio em que actuam e contacto com Associações de Empresas do ramo (vide gráficos 47 e 48).

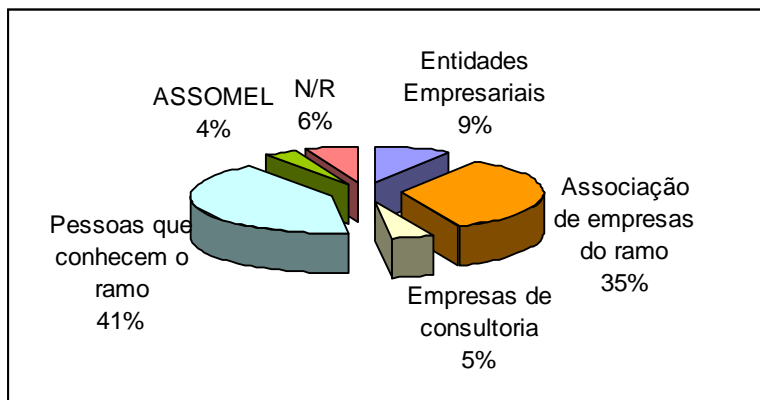
**Gráfico 46: Apoio profissional Externo para o desenvolvimento do Negócio**



**Fonte:** Dados do questionário



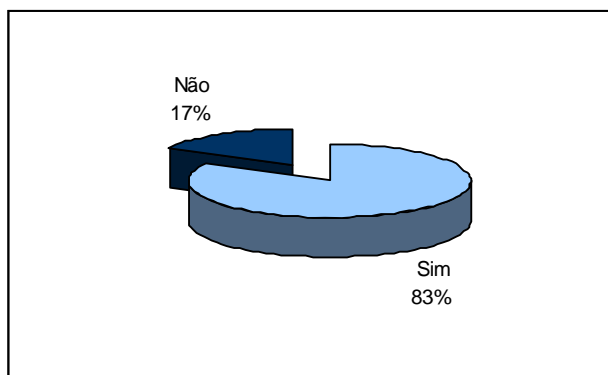
**Gráfico 47: Tipo de Apoio profissional externo procurado pelas Empresárias**



**Fonte:** Dados do questionário

Das 101 mulheres inquiridas, no âmbito da presente pesquisa, 83% são membros filiadas da ASSOMEL enquanto que as restantes 17% não são membros mas sim potenciais membros da associação (vide gráfico 49).

**Gráfico 48: Empresárias pesquisadas membros da ASSOMEL**

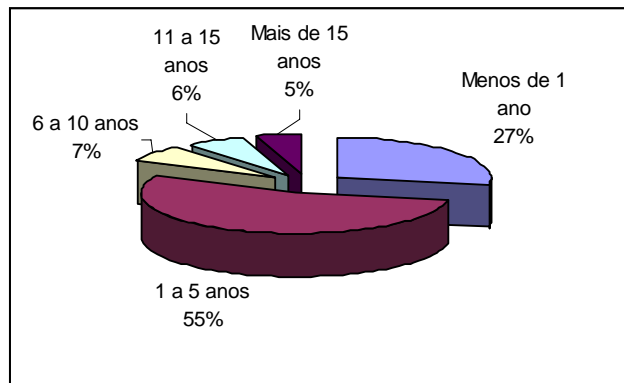


**Fonte:** Dados do questionário

De 83% mulheres membros da ASSOMEL, 11% são membros há mais de 10 anos, 55% estão afiliadas na associação num período que compreende entre 1 a 5 anos de duração, enquanto que uma percentagem considerável (27%) afiliaram-se à Associação à menos de um ano (vide gráfico 50).



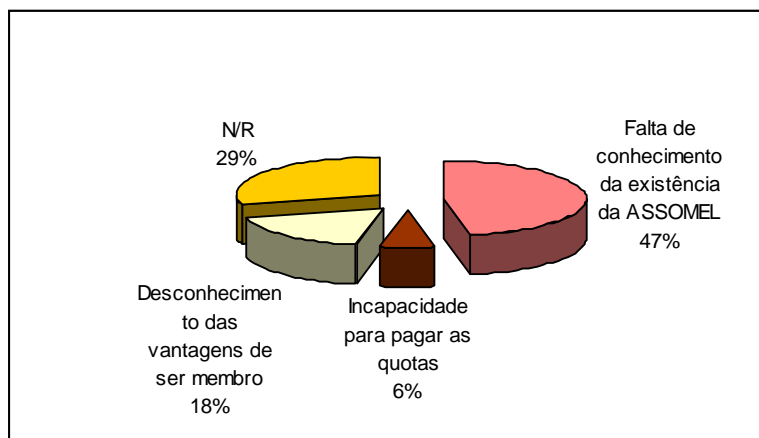
**Gráfico 49: Membros da ASSOMEL por tempo de afiliação à Associação**



**Fonte:** Dados do questionário

De 17% das mulheres inquiridas que não são membros da ASSOMEL, apresentaram como principais razões para não estarem afiliadas à associação, a falta de conhecimento da existência da ASSOMEL (47%) e o desconhecimento das vantagens de ser membro (18%), conforme ilustra o gráfico 51, a seguir.

**Gráfico 50: Razões para a não afiliação das Empresárias pesquisadas na ASSOMEL**

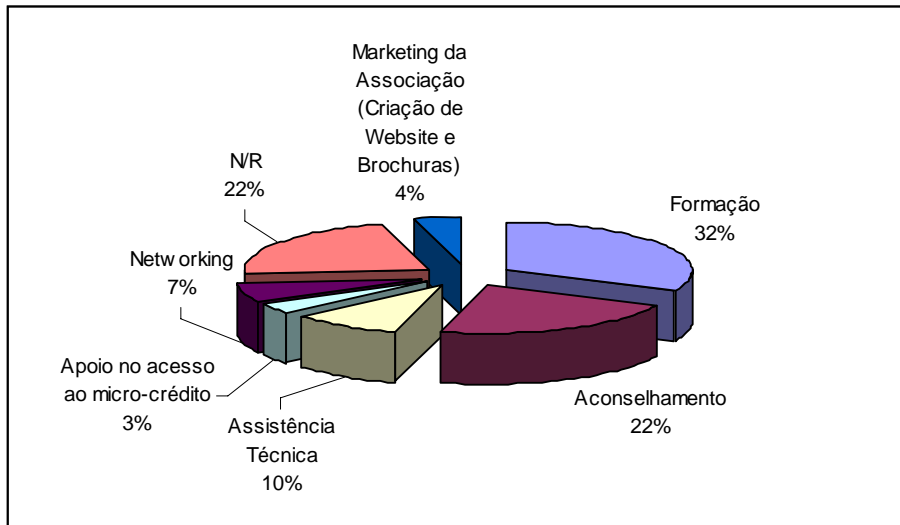


**Fonte:** Dados do questionário

De acordo com as mulheres membros da ASSOMEL inquiridas, a associação tem contribuído para o desenvolvimento dos seus negócios, essencialmente, através da formação, aconselhamento e assistência técnica (vide gráfico 53).



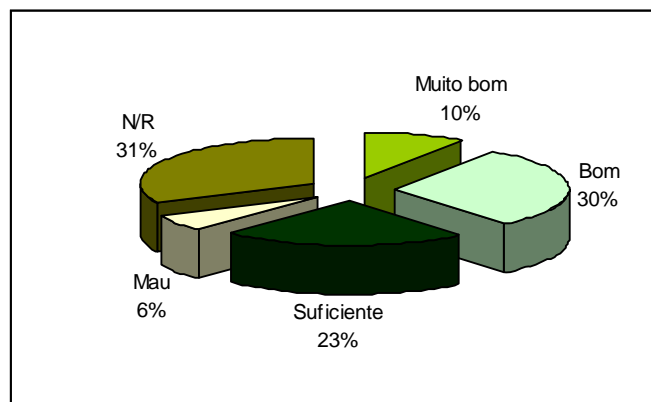
**Gráfico 51: Opinião das Empresárias Associadas sobre o apoio da ASSOMEL no desenvolvimento dos seus negócios**



**Fonte:** Dados do questionário

Na opinião de 30% das associadas, a ASSOMEL tem tido um bom desempenho em termos de funcionamento, 10% classificam o funcionamento como muito bom e 23% suficiente (vide gráfico 53).

**Gráfico 52: Opinião das Empresárias membros sobre o funcionamento da ASSOMEL**



**Fonte:** Dados do questionário

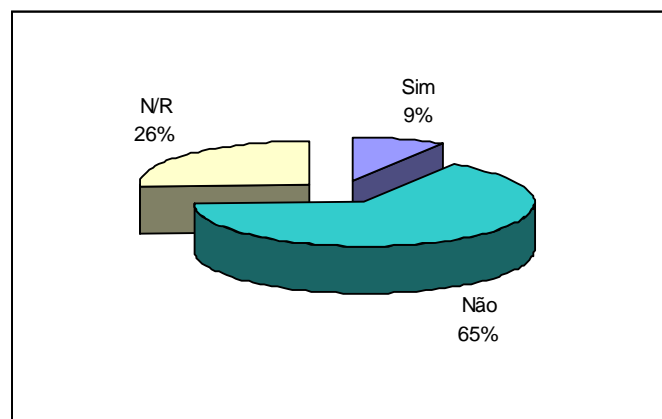
Segundo as associadas há necessidade da ASSOMEL melhorar alguns aspectos relativos ao seu funcionamento e que possibilitem o alcance pleno dos seus objectivos como, por exemplo:



- Arranjar melhores instalações a nível da sua sede e condições tecnológicas e equipamento de trabalho;
- Expandir a associação através da criação de núcleos municipais;
- Promover mais acções de formação técnica e especializada para as associadas;
- Criar parcerias com sector privado e agências multilaterais para a concessão de crédito às associadas para o desenvolvimento dos seus negócios;
- Criar condições e parcerias para melhorar a assistência técnica às associadas (estudos de viabilidade, orientação no processo de legalização dos negócios, etc.);
- Criar mecanismos de relacionamento e intercâmbio com outros empresários a nível nacional e internacional;
- Fazer uma melhor e maior divulgação da associação através da produção de material institucional (brochuras) e criação de um website.

Das 101 mulheres inquiridas, no âmbito desta pesquisa, 9% afirmou estar afiliada a outras associações empresariais para além da ASSOMEL (vide gráfico 54) e desta percentagem, na sua maioria (23%) são membros da Associação de Hotéis, Restaurantes, Similares e Catering de Angola (AHORESIA) (vide gráfico 55).

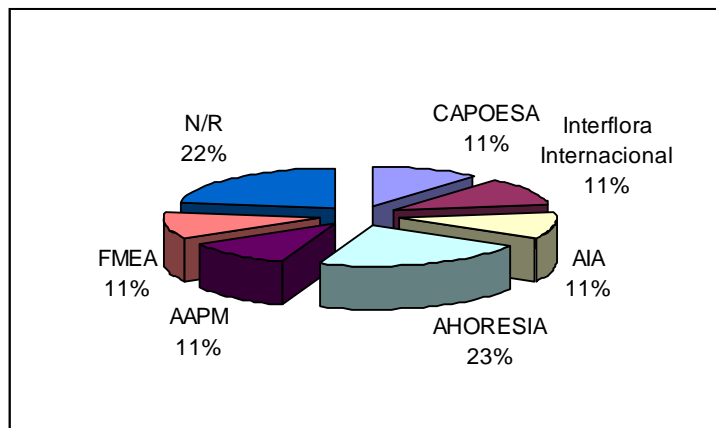
**Gráfico 53: Afiliação das Pesquisadas em outras Associações Empresariais para além da ASSOMEL**



**Fonte:** Dados do questionário



**Gráfico 54: Tipo de Associações Empresariais que as pesquisadas estão afiliadas**

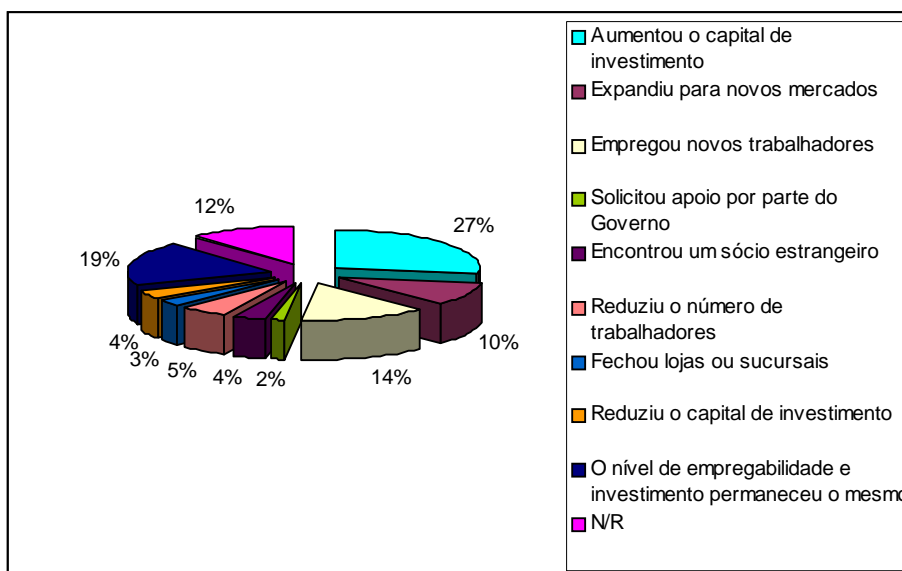


**Fonte:** Dados do questionário

### 4.3.3 Desempenho do negócio e atitude quanto ao futuro

De acordo com os dados da pesquisa, nos últimos 12 meses, 27% das empresárias afirmou ter aumentado o seu capital de investimento, 14% empregou novos trabalhadores e 10% expandiu para novos mercados. No entanto, uma percentagem considerável (19%) destas empresárias afirmou que no mesmo período de tempo, fechou lojas ou sucursais (vide gráfico 56).

**Gráfico 55: Opinião das Empresárias sobre o desempenho dos seus negócios**

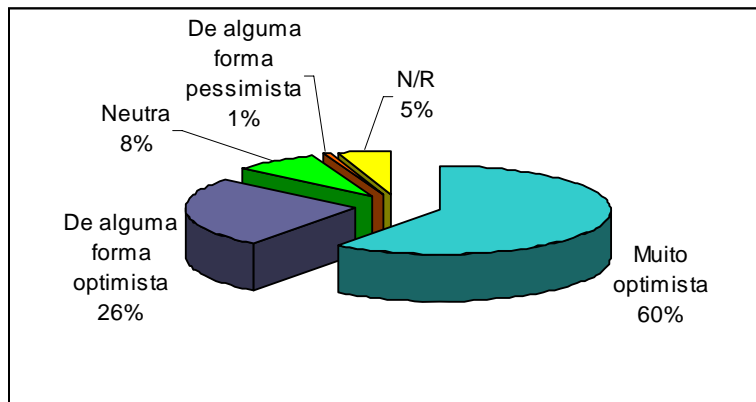


**Fonte:** Dados do questionário



Os resultados da pesquisa revelam ainda que, das 101 mulheres inquiridas, 60% estão muito optimistas quanto ao futuro dos seus negócios enquanto que apenas 1% demonstrou uma atitude de alguma forma pessimista (vide gráfico 57).

**Gráfico 56: Atitude das Empresárias quanto ao futuro dos seus Negócios**



**Fonte:** Dados do questionário

#### **4.3.4 Obstáculos ao desenvolvimento do negócio**

As principais dificuldades apresentadas pelas 89 mulheres inquiridas na condução das actividades dos seus negócios foram, predominantemente, aspectos relacionados com falta de capital de giro, obtenção de crédito, recursos para a compra de equipamento, aquisição de matéria-prima e mercadoria, falta de mão-de-obra qualificada e custos para a legalização do negócio (vide tabela 20).



**Tabela 19: Dificuldades apontadas pelas empresárias na condução das actividades do seu Negócio**

DIFICULDADES	FREQUÊNCIA	DIFICULDADES	FREQUÊNCIA
Carga tributária	7	Despesas com aluguel	7
Falta de mão-de-obra qualificada	23	Localização inadequada	5
Concorrência de outras empresas	17	Instalações inadequadas	8
Aquisição de matérias-primas e mercadorias	27	Não tem dificuldades	2
Concorrência de produtos importados	6	Problemas Pessoais/Familiares	2
Despesas com pessoal	8	Falta de transporte	7
Recursos p/ compra de equipamento	27	Falta de energia	3
Falta de conhecimentos de gestão	17	Especulação imobiliária	1
Burocracia para legalização do negócio	13	Custos para a legalização do negócio	21
Falta de capital de giro	30	Financiamento	2
Obtenção de crédito	30	Falta de formação	2
Taxa de juros	6	Aluguer de transporte é caro	3
Falta de clientes	10	N/R	3

**Fonte:** Dados do questionário

Quando questionadas quais os obstáculos/dificuldades que actualmente lhes preocupa como empresárias que estejam intimamente relacionados com o desenvolvimento dos seus negócios, mais de metade delas indicou o crédito e financiamento. Por outro lado, outros obstáculos apontados com maior incidência foram, a formação, a política do governo para a micro e pequena empresa e a promoção, divulgação e marketing dos produtos e serviços (vide tabela 21).



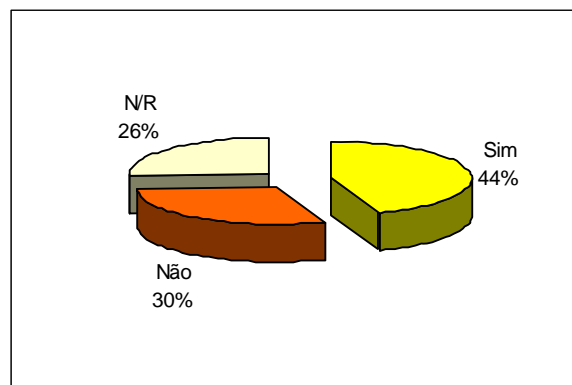
**Tabela 20: Obstáculos ao desenvolvimento dos negócios que mais preocupam as Empresárias**

OBSTÁCULOS	FREQUÊNCIA	OBSTÁCULOS	FREQUÊNCIA
Conhecimento do mercado	14	Formação de pessoal	34
Informática na empresa	12	Gestão de recursos humanos	15
Assessoria administrativa	13	Capacitação tecnológica	12
Participação em Feiras	6	Assessoria em Contabilidade	18
Qualidade e produtividade	14	Exportação	8
Gestão tecnológica	12	Economia de energia	2
Formação de preço de venda	12	Assistência técnica	9
Importação	17	Impacto da conjuntura económica nos negócios	15
Normas ISO	1	Possibilidade de associação a outras empresas	8
Organização de canais de distribuição	16	Política do governo p/a micro e pequena empresa	19
Abertura de micro e pequenas empresas	14	Estratégias de desenvolvimento da empresa	10
Fornecedores de máquinas e equipamentos	15	Legislação trabalhista, tributária e fiscal	6
Legislação relativa à micro e pequena empresa	11	Falta de capital suficiente	1
Fornecedores de matérias-primas	11	Falta de espaço comercial	1
Problemas Familiares	5	Crédito e financiamento	48
Promoção, divulgação e marketing	19	N/R	14

**Fonte:** Dados do questionário

As questões de género parecem ter também alguma influência no desenvolvimento empresarial, já que 44% das empresárias inquiridas afirmou que em Angola, é mais fácil para o homem ser empresário (vide gráfico 58).

**Gráfico 57: Opinião das Empresárias sobre género e empreendedorismo em Angola**



**Fonte:** Dados do questionário



Das 101 mulheres inquiridas, no âmbito desta pesquisa, a maioria mencionou o acesso a capital como a situação mais difícil de se gerir pelo facto de ser mulher. Enquanto que ser mulher constitui, na opinião das inquiridas, uma ligeira vantagem em áreas como lidar com clientes ou juntar-se a redes formais como associações de negócios (vide tabela 22).

**Tabela 21: Questões de Género e desenvolvimento de Negócios em Angola**

INDICADORES	MAIS DIFÍCIL POR SER MULHER	MAIS FÁCIL POR SER MULHER	NÃO HÁ DIFERENÇA DEVIDO AO GÉNERO
Lidar com a corrupção	21	10	52
Ser levada a sério como proprietária do negócio	16	23	36
Lidar com clientes	11	42	25
Lidar com fornecedores	14	31	32
Ter acesso a capital	32	13	31
Gerir trabalhadores do sexo masculino	30	9	39
Lidar com aspectos administrativos e burocráticos	27	7	43
Problemas de segurança pessoal	36	6	37
Gerir trabalhadores do sexo feminino	15	24	33
Juntar-se a redes formais como associações de negócios	9	35	30
Equilibrar o trabalho com a vida familiar	27	23	27
Networking e desenvolvimento de relações informais de negócio com mentores, conselheiros e outros proprietários de negócios	18	21	30

**Fonte:** Dados do questionário

Conforme mostra a tabela 22 acima, as inquiridas percebem outros assuntos como relativamente neutros em relação ao género, para elas como mulheres empresárias. Na sua maioria, indicam que o género não faz diferença em áreas como: lidar com a corrupção, lidar com aspectos administrativos e burocráticos, gerir trabalhadores do sexo masculino, problemas de segurança pessoal e ser levada a sério como proprietária do negócio.



## 5 DESAFIOS E RECOMENDAÇÕES

A criação da ASSOMEL, assim como de outras associações empresariais e redes de mulheres em Angola constitui uma reacção a uma série de barreiras que as mulheres no sector de PME's enfrentam. A missão da ASSOMEL é, portanto, a de apoiar as mulheres empresárias a encontrar soluções para uma série de desafios que caracterizam este sector.

Apesar do dinamismo evidente no sector PME's em Luanda, um dos grandes desafios é o facto dele ser constituído principalmente por actividades de muito pequena dimensão e de tipo comercial, ao invés de produtivo, como evidenciam os dados desta pesquisa.

As mulheres que dominam este sector, possuem conhecimentos e capital limitados, principais constrangimentos apontados pelas empresárias inquiridas no âmbito desta pesquisa, colocando em risco todo o potencial que o sector oferece e sua contribuição na economia nacional.

O baixo nível de qualificações das mulheres em Luanda não permite que as mesmas desenvolvam negócios sustentáveis, consigam obter informação actualizada sobre produtos e mercados, tenham acesso a tecnologia e acesso a crédito, conforme se constata pelos dados obtidos com esta pesquisa.

A inexistência de uma política clara de apoio ao desenvolvimento do sector de PME's no país, bem como a complexidade e elevados custos do licenciamento de actividades económicas, constituem outros grandes desafios que as mulheres empresárias de Luanda enfrentam.



As elevadas taxas de impostos quer no Mercado informal, quer no Mercado formal tem penalizado o desenvolvimento dos negócios das mulheres proprietárias de PME's em Luanda, dando origem a comportamentos de tentativa de fuga ao fisco, através da corrupção ou da permanência no sector informal.

A falta de *networking* e suficiente desenvolvimento de redes de partilha de conhecimentos e melhores práticas entre o empresariado de PME's também não possibilita a aprendizagem e crescimento das mulheres empresárias.

Informação, advocacia, formação, assistência técnica são algumas das estratégias chave que a ASSOMEL deve adoptar para lidar com alguns dos desafios acima mencionados.

Para além de aprender mais em como envolver-se com assuntos relacionados com políticas e estratégias do sector de PME's no país, a ASSOMEL deve promover discussões com o governo e representantes do sector privado, não apenas para contribuir para o desenvolvimento do sector mas, essencialmente, para estimular o empoderamento das mulheres proprietárias de micro e PME's no país. Isto só é possível através da elaboração de uma política global e integrada para a promoção do sector de Micro e PME's contribuindo como uma componente importante à Estratégia da Redução da Pobreza.

Relativamente ao acesso ao crédito para Micro e PME's, uma recomendação que se deixa para os fazedores e decisores de políticas, é a de se considerar a implementação de projectos de acesso ao micro-crédito e fundos de garantia compatíveis com a realidade e possibilidades dos grupos alvo. O papel da ASSOMEL neste processo, não deverá ser apenas numa perspectiva de advocacia mas, essencialmente, através da articulação com o Governo, sector privado, ONG's e Agências Internacionais de desenvolvimento, Bancos e instituições de micro-crédito, na definição de parcerias para o desenvolvimento de programas de micro-finanças e de acesso ao crédito para a criação e expansão de Micro e PME's.



Por outro lado, métodos de acesso e partilha de informação e treinamento sobre o desenvolvimento de negócios são requisitos cruciais para lidar com os principais constrangimentos que as mulheres empresárias de Luanda enfrentam actualmente.

O estabelecimento e reforço de redes formais e mais extensivas de mulheres empresárias em Angola, poderá contribuir para o crescimento potencial destes negócios, assim como, a organização de fóruns e encontros regulares com outras mulheres empresárias ao longo do país e a nível regional e internacional, para a partilha de ideias, experiências e melhores práticas e a criação de relações de mentoria. Parcerias com diversas instituições para apoiar estas conferências, fóruns e workshops devem ser estabelecidas pela ASSOMEL.

Quanto à formação das mulheres empresárias de Micro e PME's, reconhece-se o esforço que a ASSOMEL tem vindo a desencadear, no entanto, a associação deve continuar a fomentar a criação de parcerias com ONG's, provedores educacionais, Agências Internacionais e instituições governamentais para o desenvolvimento de acções de formação destinadas às mulheres que pretendem iniciar ou já possuem o seu negócio, contribuindo para elevar as suas habilidades de gestão dos negócios, de forma sustentável.

Contudo, estas acções de formação devem ser seguidas de programas de mentoria para avaliar a capacidade das mulheres empresárias na implementação das habilidades que aprenderam durante a formação e programas de assistências em assuntos de técnicos relacionados com a gestão diária dos seus negócios. Numa perspectiva de sustentabilidade, a ASSOMEL deve fomentar junto ao governo, a criação de um Órgão Conselheiro que deverá ter o papel de providir serviços de assistência técnica a mulheres que queiram iniciar o seu negócio ou que já estejam a operar no mercado e pretendam expandir ou desenvolver competências para melhorar o desempenho nos negócios.



Internamente, recomenda-se que a ASSOMEL:

- desenvolva o seu plano estratégico como forma de redefinir a sua missão, valores e objectivos estratégicos que orientem a Associação para a condução de actividades proactivas e sustentáveis com impacto cada vez mais forte no desenvolvimento do sector de Micro e PME's em Luanda;
- crie melhores condições de infraestruturas para o funcionamento da sua sede em Luanda e aposte no apetrechamento do espaço com equipamento e recursos tecnológicos a serem partilhados pelas associadas;
- aposte numa forte estratégia de marketing e divulgação da Associação para a angariação de mais membros, criando bases para iniciar a sua expansão para outras províncias do país;
- aposte na contratação de técnicos que possam apoiar a Direcção da Associação na gestão da mesma e assistência técnica às membros associadas.

Finalmente, na política e estratégia de género de Angola, recomenda-se que uma séria consideração seja dada à promoção do desenvolvimento das mulheres no sector de Micro e PME's com especial ênfase no acesso a capital, formação e acesso a novos mercados.



## REFERÊNCIAS

1. ASSOMEL. Estatutos da Associação das Mulheres Empresárias da Província de Luanda.
2. DUCADOS, H. *Género, Raça e Classe - A Feminização da Pobreza: A Estratificação do Sector Informal Urbano de Luanda*. Recuperado em 20 de Junho, 2007 de <http://www.desafio.ufba.br/gt3-005.html>
3. EMBAIXADA DA REPÚBLICA DE ANGOLA (2004). AngoFlash. Serviço de Imprensa Moscovo. “Março-Mulher, N°2.
4. GOMES, C. (2006). *Resultados do IX Seminário Nacional do Comércio, em Angola*. Cadernos ABC Comercial, Ano VI – N° 17. Luanda: Publicações ABC Comercial e Associados Lda. Recuperado em 14 de Junho, 2007 de
5. GOVERNO DE ANGOLA e PNUD (2005). *Angola – Objectivos do Desenvolvimento do Milénio 2005*. Luanda: Governo de Angola/PNUD. Recuperado em 20 de Agosto, 2006 de <http://mirror.undp.org/angola/publications.htm>
6. GRASSI, M. *Género e desenvolvimento em Angola: mulheres empresárias em Luanda e Benguela*. Recuperado em 20 de Agosto, 2006 de <http://www.desafio.ufba.br/gt3-003.html>
7. PNUD (2005). *Relatório de Desenvolvimento Humano: Construindo uma Paz Social – Angola 2005*. Luanda: PNUD.
8. REPÚBLICA DE ANGOLA (2006). *Revisão de Médio Termo do Programa de Acção de Bruxelas – Países Menos Avançados. Relatório de Progresso – 2005*. Luanda: Autor. Recuperado em 12 de Maio, 2007 de
9. RIBEIRO, J. T. *Características Gerais da População de Angola*. Recuperado em 17 de Junho, 2007a de <http://angola.unfpa.org/popang.htm>
10. RIBEIRO, J. T. *Evolução da População de Angola 1940-2005*. Recuperado em 17 de Junho, 2007b de <http://angola.unfpa.org/pop2.htm>
11. SANTO, F. E. (2002). *Género no contexto do Sistema Educativo em Angola* (2º Fórum Lusófono de Mulheres em Postos de Decisão).
12. VALENTE, M. I. (2001). *A situação da Mulher em Angola*. Recuperado em 12 de Maio, 2007 de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/angola/hosting/valente.pdf>



## ANEXO: Questionário da Pesquisa

### QUESTIONÁRIO

Este questionário tem como objectivo colectar informação sobre o perfil das mulheres empresárias em Luanda, características dos negócios que conduzem e principais dificuldades que enfrentam actualmente no âmbito das actividades que desenvolvem. Agradecemos a sua colaboração.

#### I – PERFIL DAS MULHERES NO SECTOR DE MICRO E PME's

##### I.1. Dados sócio-demográficos

- a) Idade: \_\_\_\_\_
- b) Estado Civil: Casada \_\_\_\_\_ Divorciada \_\_\_\_\_ União de Facto \_\_\_\_\_  
Solteira \_\_\_\_\_ Viúva \_\_\_\_\_ Outro \_\_\_\_\_
- c) Filhos: Sim \_\_\_\_\_ especifique o número: \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_\_
- d) Nacionalidade: Angolana \_\_\_\_\_ Outra \_\_\_\_\_ indique: \_\_\_\_\_
- e) Nível de Formação: Ensino Primário \_\_\_\_\_ Ensino Secundário \_\_\_\_\_  
Ensino Médio \_\_\_\_\_ Ensino Superior \_\_\_\_\_

##### I.2 Equilíbrio entre trabalho e vida familiar

- a) A sua actividade empresarial interfere negativamente no seu ambiente familiar? Sim \_\_\_ Não \_\_\_
- b) Se sim, indique em que aspectos a sua actividade empresarial interfere no ambiente familiar?
- Redução das horas de lazer \_\_\_\_\_  
Incompatibilidade com o período de férias escolares ou do cônjuge \_\_\_\_\_  
Ausências provocadas por viagens de negócios \_\_\_\_\_  
Redução do número de refeições em casa \_\_\_\_\_  
Redução da participação na educação dos filhos \_\_\_\_\_  
Desorganização na gestão doméstica \_\_\_\_\_  
Outro \_\_\_\_\_ especifique: \_\_\_\_\_
- c) Se não, especifique de que forma é que consegue articular ambas as actividades?
- Uma boa gestão do tempo \_\_\_\_\_ Divisão de tarefas com o cônjuge \_\_\_\_\_  
Não tem filhos menores \_\_\_\_\_ Apoio da família \_\_\_\_\_  
Empregados domésticos apoiam na gestão do lar \_\_\_\_\_  
Outras formas \_\_\_\_\_ especifique: \_\_\_\_\_

##### I.3. Aspectos Profissionais

- a) Antes de criar o seu próprio negócio/empresa, qual era a actividade principal que exercia?
- Funcionária Pública \_\_\_\_\_ Trabalhadora por conta própria \_\_\_\_\_  
Trabalhadora de empresa privada \_\_\_\_\_ Estudante \_\_\_\_\_  
Empresária em outra empresa \_\_\_\_\_ Doméstica \_\_\_\_\_  
Outra \_\_\_\_\_ Indique: \_\_\_\_\_



b) Já tinha alguma experiência anterior neste ramo de negócio? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_

c) Se sim, onde adquiriu essa experiência?

Funcionária de outra empresa \_\_\_\_ Sócia de outra empresa \_\_\_\_  
 Alguém na família tinha negócio similar \_\_\_\_ Trabalhadora por conta própria  
 no ramo \_\_\_\_  
 Outro \_\_\_\_ indique: \_\_\_\_\_

#### **I.4 Motivação para o Negócio**

a) Qual o motivo que a levou a abrir este negócio?

Oportunidade de Negócio \_\_\_\_ Desemprego \_\_\_\_  
 Experiência Anterior \_\_\_\_ Insatisfação no emprego \_\_\_\_  
 Disponibilidade de Tempo \_\_\_\_ Demissão com indemnização \_\_\_\_  
 Disponibilidade de Capital \_\_\_\_ Aproveitamento de incentivos \_\_\_\_  
 Outro motivo \_\_\_\_ Indique qual: \_\_\_\_\_

b) É a única proprietária do negócio? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_

c) Se não, diga quem são os outros proprietários e qual a sua percentagem que possuem do negócio?

1. Marido \_\_\_\_ %  
 2. Irmão/Irmã \_\_\_\_ %  
 3. Amigos \_\_\_\_ %  
 4. Outros, especifique: \_\_\_\_\_ %

d) Possui outra actividade de geração de renda, para além do seu próprio negócio?

Sim \_\_\_\_ especifique: \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_

e) Se pudesse escolher a sua carreira profissional, escolheria fazer aquilo que actualmente faz? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_

Porque?

---



---



---



---



---



---

## **II – PERFIL DAS EMPRESAS/NEGÓCIOS NO SECTOR DE MICRO E PME's**

### **II.1 Dados Gerais da Empresa/Negócio**

a) Nome da Empresa:

---

b) Sector: Formal \_\_\_\_ Informal \_\_\_\_

c) Localização da empresa: Sede \_\_\_\_\_ Representações

---



- d) Data de criação da empresa: \_\_\_\_\_
- e) A empresa está registada legalmente?  
 Sim \_\_\_\_ Se sim, especifique a data de constituição \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Não \_\_\_\_
- f) Dimensão da Empresa (com base no número de trabalhadores): Micro (1/2) \_\_\_\_  
 Pequena (2 a 10) \_\_\_\_  
 Média (10 a 99) \_\_\_\_ Grande (+100) \_\_\_\_
- g) Sector de Actividade da Empresa: Agricultura \_\_\_\_ Banca e Seguros \_\_\_\_  
 \_\_\_\_ Serviços \_\_\_\_ Comércio  
 \_\_\_\_ Indústria  
 \_\_\_\_ Outro \_\_\_\_
- h) Tipo de Actividade da Empresa: Restaurante \_\_\_\_ Serviços de  
 Transporte \_\_\_\_ Decoração de interiores \_\_\_\_  
 Artesanato \_\_\_\_  
 Indústria de Cosméticos \_\_\_\_ Educação \_\_\_\_  
 Roupas/Moda \_\_\_\_ Outro, especifique:  
 \_\_\_\_\_
- i) Âmbito de actuação da empresa: Local \_\_\_\_ Nacional \_\_\_\_  
 Internacional \_\_\_\_ Provincial \_\_\_\_ Regional \_\_\_\_
- j) Qual o número total de pessoal que a empresa emprega por sexo?

Total	Feminino	Masculino

## II.2 Acesso a Tecnologia

- a) Quais das seguintes tecnologias usa na sua empresa/negócio?  
 Telefone Fixo \_\_\_\_ Computadores pessoais \_\_\_\_ Outra, especifique: \_\_\_\_  
 Telemóvel \_\_\_\_ Internet \_\_\_\_  
 Fax \_\_\_\_ Computadores ligados em rede \_\_\_\_
- b) A sua empresa possui um website? Sim, especifique: \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_

## II.3 Necessidades de Formação

- a) O pessoal da sua empresa tem necessidades de formação? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_
- b) Se sim, diga em que áreas existe necessidade de formação?  
 Gestão \_\_\_\_ Liderança \_\_\_\_ Marketing \_\_\_\_  
 Contabilidade/Finanças \_\_\_\_ Secretariado \_\_\_\_ Comunicação \_\_\_\_  
 Outras \_\_\_\_ indique: \_\_\_\_\_



## **II.4 Fontes de Recursos da Empresa e volume anual de vendas**

a) Qual(is) as principais fontes de recursos da empresa?

Fundos Próprios _____	Governo _____
Comparticipação de Familiares/Amigos _____	Doações de Empresas _____
Microcrédito _____	Agências Multilaterais _____
Doações Individuais _____	Doações de Fundações Nacionais _____
Venda de Produtos e Serviços _____	Agências Não Governamentais _____
Internacionais _____	
Agências Governamentais Internacionais _____	Outra _____ indique:

\_\_\_\_\_

b) Qual o volume anual de vendas da empresa/negócio? (em Kwanzas)

\_\_\_\_\_

## **III – PERFIL DE GESTÃO DAS EMPRESÁRIAS**

### **III.1 Acesso a Financiamento**

a) Recorreu a pedido de financiamento para abrir a sua empresa/negócio? Sim \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_\_

b) Se sim, qual a fonte de recursos financeiros a que recorreu para abrir o seu negócio?

Banca Privada _____	Agências Multilaterais _____	Banca Estatal _____
Governo _____	Parentes/Amigos _____	
Agências Não Governamentais Internacionais _____		
Outra _____ indique: _____		

c) Se sim, diga qual a finalidade do financiamento obtido?

Formação de capital social _____	Obras e/ou instalações _____
Aquisição de matérias-primas e mercadorias _____	Aquisição de local próprio _____
_____	
Aquisição de máquinas e equipamentos _____	Aquisição de veículos _____
Aquisição de bens de informática _____	Fundo de maneió _____
Outra _____ indique: _____	

d) Actualmente trabalha com algum banco ou instituição de Micro-crédito? Sim \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_\_

e) Se sim, diga qual o Banco ou instituição de Micro-Crédito: \_\_\_\_\_

f) Costuma solicitar empréstimos ao banco ou a uma instituição de Micro-crédito para:

Projectos de investimento _____	Compra de equipamento _____	Fundo de Maneio _____
Outro _____ especifique: _____		

g) No futuro, gostaria de solicitar um empréstimo ao Banco ou instituição de Micro-crédito? Sim \_\_\_\_\_ Não \_\_\_\_\_

h) Se sim, para que fins? Projectos de investimento \_\_\_\_\_ Compra de equipamento \_\_\_\_\_  
Fundo de Maneio \_\_\_\_\_ Outro \_\_\_\_\_ especifique: \_\_\_\_\_



i) Para a aquisição de equipamento, estaria disposta a pagar:

A pronto\_\_\_ Através de Leasing\_\_\_ Outra, especifique:

j) Se sim, qual o montante que solicitaria como empréstimo ao Banco ou instituição de Micro-crédito (em Kwanzas)? \_\_\_\_\_

k) Se sim, a garantia que daria ao Banco ou instituição de Micro-crédito seria:

Propriedade\_\_\_ Cash Flow\_\_\_ Aval Pessoal\_\_\_ Outro\_\_\_ especifique:

l) Se sim, solicitaria ao Banco ou instituição de Micro-crédito um empréstimo de 100%? Sim \_\_\_ Não \_\_\_

m) Se respondeu negativamente à questão anterior, qual seria a percentagem da sua contribuição? \_\_\_\_\_

### **III.2 Práticas de Gestão**

a) Elaborou algum estudo de viabilidade para abrir o seu negócio? Sim \_\_\_ Não \_\_\_

b) Quais as práticas de gestão que regularmente utiliza na sua empresa?

Levantamento de necessidades e satisfação dos clientes\_\_\_ Controle Contabilístico \_\_\_  
 Utilização de serviços profissionais especializados\_\_\_ Actualização tecnológica \_\_\_  
 Promoção, divulgação e marketing \_\_\_ Formação de Pessoal \_\_\_  
 Nenhuma \_\_\_  
 Outras \_\_\_ indique: \_\_\_\_\_

c) A sua empresa costuma recorrer a apoio profissional externo para o desenvolvimento do seu negócio?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

d) Se sim, diga que tipo de apoio têm procurado?

Entidades Empresariais \_\_\_ Empresas de consultoria \_\_\_  
 Associação de empresas do ramo \_\_\_ Pessoas que conhecem o ramo \_\_\_  
 Outro \_\_\_ indique: \_\_\_\_\_

e) É membro da ASSOMEL? Sim \_\_\_ Não \_\_\_

f) Se sim, há quanto tempo é membro da ASSOMEL? \_\_\_\_\_

g) Se não, porque não se associa à ASSOMEL?

Falta de conhecimento da existência da ASSOMEL \_\_\_  
 Incapacidade para pagar as quotas \_\_\_  
 Desconhecimento das vantagens de ser membro \_\_\_  
 Não acredita no funcionamento das Associações \_\_\_  
 Outras razões: \_\_\_\_\_



- h) Se é membro da ASSOMEL, o que acha que a associação tem feito para apoiar os membros no desenvolvimento dos seus negócios?

- i) Qual a sua opinião sobre o actual funcionamento da ASSOMEL?

- j) É membro de outra associação empresarial? Sim \_\_\_ indique: \_\_\_\_\_ Não \_\_\_

### **III.3 Desempenho do negócio e atitude perante o futuro**

- a) Durante os últimos 12 meses o seu negócio...

Aumentou o capital de investimento ___	Reduziu o número de trabalhadores ___
Expandiu para novos mercados ___	Fechou lojas ou sucursais ___
Empregou novos trabalhadores ___	Reduziu o capital de investimento ___
Solicitou apoio por parte do governo ___	O nível de empregabilidade e investimento permaneceu o mesmo ___
Encontrou um sócio estrangeiro ___	

- b) Qual a sua atitude perante o crescimento e desenvolvimento do seu negócio nos próximos 2 anos?

Muito optimista ___	De alguma forma optimista ___
Neutra ___	
De alguma forma pessimista ___	Muito pessimista ___

### **III.4 Constrangimentos das actividades operacionais e desenvolvimento do negócio**

- a) Quais as dificuldades encontradas na condução das actividades da empresa?

Carga tributária ___	Falta de capital de giro ___
Falta de mão-de-obra qualificada ___	Obtenção de crédito ___
Concorrência de outras empresas ___	Taxa de juros ___
Aquisição de matérias-primas e mercadorias ___	Falta de clientes ___
Concorrência de produtos importados ___	Despesas com aluguel ___
Despesas com pessoal ___	Localização inadequada ___
Recursos p/ compra de equipamento ___	Instalações inadequadas ___
Falta de conhecimentos de gestão ___	Não tem dificuldades ___
Burocracia para legalização do negócio ___	Problemas Pessoais/Familiares ___
Outras ___ indique: _____	



b) Quais os obstáculos/dificuldades que actualmente lhe preocupam como empresária que estejam intimamente relacionados com o desenvolvimento do seu negócio?

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| Conhecimento do mercado ____                         | Promoção divulgação e marketing ____ |
| Informática na empresa ____                          | Crédito e financiamento ____         |
| Assessoria administrativa ____                       | Formação de pessoal ____             |
| Participação em Feiras ____                          | Gestão de recursos humanos ____      |
| Qualidade e produtividade ____                       | Capacitação tecnológica ____         |
| Gestão tecnológica ____                              | Assessoria em Contabilidade ____     |
| Formação de preço de venda ____                      | Exportação ____                      |
| Importação ____                                      | Economia de energia ____             |
| Normas ISO ____                                      | Assistência técnica ____             |
| Organização de canais de distribuição ____           | Fornecedores de matérias-primas ____ |
| Impacto da conjuntura económica nos negócios ____    | Problemas Familiares ____            |
| Abertura de micro e pequenas empresas ____           |                                      |
| Possibilidade de associação a outras empresas ____   |                                      |
| Fornecedores de máquinas e equipamentos ____         |                                      |
| Política do governo p/a micro e pequena empresa ____ |                                      |
| Legislação relativa à micro e pequena empresa ____   |                                      |
| Estratégias de desenvolvimento da empresa ____       |                                      |
| Legislação trabalhista, tributária e fiscal ____     |                                      |
| Outros ____ especifique: _____                       |                                      |

c) Acha que é mais fácil para o homen ser empresário em Angola? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_

d) Para cada uma das questões abaixo, diga se sente que elas poderão ser-lhe mais difíceis de se lidar por ser mulher, mais fáceis ou não há diferenças devido a questões de género?

	Mais difícil por ser mulher	Mais fácil por ser mulher	Não há diferença devido ao género
Lidar com a corrupção			
Ser levada a sério como proprietário do negócio			
Lidar com clientes			
Lidar com fornecedores			
Ter acesso a capital			
Gerir trabalhadores do sexo masculino			
Lidar com aspectos administrativos e burocráticos			
Problemas de segurança pessoal			
Gerir trabalhadores do sexo feminino			
Juntar-se a redes formais como associações de negócios			
Equilibrar o trabalho com a vida familiar			
Networking e desenvolvimento de relações informais de negócio com mentores, conselheiros e outros proprietários de negócios			

**Agradecemos a sua disponibilidade em colaborar nesta pesquisa!**