

# **UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA**

## **INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO**

MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

### **A INFORMALIDADE NO MERCADO FORMAL LUANDENSE**

*ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS DE ADAPTAÇÃO À MODERNIDADE E SUAS MAKAS*

MARIA RITA DE LEMOS MACHADO MEXIA

Orientação: Doutor Manuel António de Medeiros Ennes Ferreira

Júri:

Presidente: Doutor Vítor Manuel Mendes Magriço, professor auxiliar do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa

Vogais: Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães, professor catedrático jubilado do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa

Doutor Manuel António de Medeiros Ennes Ferreira professor auxiliar do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa

Novembro/2010

## RESUMO

Com este trabalho pretende-se conhecer as relações que se estabelecem entre a actividade empresarial formal e a informalidade no mercado de Luanda. Uma vez reconhecida a dimensão e a importância do mercado informal na sociedade angolana, o presente estudo tem como fim analisar o modo como a informalidade é incorporada na actividade empresarial formal.

Partindo de duas proposições iniciais, que guiarão todo o trabalho desenvolvido ao nível exploratório, sendo elas, as relações a existirem são fruto de um certo grau de dependência entre a formalidade e a informalidade ou, por outro lado, recorrer à informalidade é uma questão de necessidade do mercado formal. Pretende-se perceber se são actos que surgem naturalmente ou são resultado do contexto do mercado em que as actividades empresariais se desenrolam.

O nosso mercado alvo é o contexto luandense.

No sentido de responder à problemática descrita far-se-á uma análise dos resultados obtidos em entrevistas a empresários levadas a cabo em Luanda.

**Palavras-chave:** Actividade Empresarial, Estratégias Empresariais, Empresários Africanos, Informalidade, Luanda.

## **ABSTRACT**

This work aims to highlight the relationships between formal business activity and the informal market existing in Luanda, Angola. Once recognized the dimension and importance of the informal market in the Angolan economy, the present work intends to focus on how the informality is integrated in the formal business activity.

This work is based on two initial assumptions which will comprise its development guidelines, namely should the above mentioned link exist, is it a result of a certain degree of dependence between formal and informal markets; or, on the other hand, the use of informal practice is, in fact, imposed by the formal market. The purpose is to understand if these realities coexist in a natural manner or if the same are the result of the market environment where the business activity operates.

This work is based on data gathered from Luanda market entrepreneurs.

With the purpose of answering to this matter it will be made an analysis of the results obtained by the meetings to be held in Luanda with the entrepreneurs selected.

Key-words: Business Activity, Business Strategies, African Entrepreneurs, Informal, Luanda.

.

# ÍNDICE GERAL

RESUMO.....	1
ABSTRACT.....	2
INDICE GERAL.....	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS E TABELAS.....	5
AGRADECIMENTOS.....	6
INTRODUÇÃO.....	7
<b>CAPITULO I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO DO EMPRESÁRIO AFRICANO E O CONTEXTO DA ACTIVIDADE EMPRESARIAL ANGOLANA.....</b>	<b>14</b>
1.1. Enquadramento teórico e perspectiva histórica do desenvolvimento empresarial africano.....	14
1.1.1. O estudo da empresa e o contributo pluridisciplinar.....	15
1.1.2. Perspectiva histórica da noção de empresa.....	17
1.1.3. A questão das empresas modernas e das empresas africanas.....	24
1.2. O contexto da actividade empresarial angolana.....	26
<b>CAPITULO II - ABORDAGEM SÓCIO-ECONÓMICA DE ANGOLA.....</b>	<b>35</b>
2.1. Análise recente da economia Angolana.....	35
2.2. O <i>boom</i> do crescimento económico e a recente desaceleração.....	38
2.2.1. A evolução do Produto Interno Bruto.....	38
2.2.2. A evolução do preço do petróleo.....	44
2.2.3. As exportações angolanas.....	47
2.2.4. O investimento público e privado.....	49
2.2.5. Análise do <i>Doing Business</i> para Angola.....	51
<b>CAPITULO III - ANÁLISE METODOLÓGICA E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>59</b>
3.1. Análise metodológica.....	59
3.1.1. Método.....	59

3.1.2. Universo da análise.....	61
3.1.3. Construção da amostra.....	61
3.1.4. Questionário.....	62
3.2. Apresentação e análise de resultados.....	63
3.2.1. Identificação dos empresários, a sua actividade e a experiência profissional.....	63
3.2.1.1. Identificação dos Empresários.....	63
3.2.1.2. Tipo de Actividade.....	67
3.2.1.3. Localização.....	68
3.2.1.4. Experiência profissional.....	72
3.2.2. O estabelecimento de relações híbridas.....	73
3.2.2.1. Definição de informalidade.....	73
3.2.2.2. Natureza, quantidade e peso dos serviços ou produtos informais na actividade.....	73
3.2.2.3. Relações com clientes e fornecedores.....	79
3.2.2.4. Actividades secundárias ou complementares.....	80
3.2.2.5. Contrariedades do mercado.....	81
3.2.2.6. Expectativas quanto ao futuro.....	82
3.2.3. O meio envolvente.....	84
3.2.4. Vantagens e desvantagens da informalidade nos negócios.....	87
CONCLUSÕES.....	94
BIBLIOGRAFIA.....	98
ANEXO.....	104

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS E TABELAS**

Gráfico 1 – Taxa anual de crescimento do PIB

Gráfico 2 – Evolução do Preço do Petróleo em Dólares Americanos

Gráfico 3 – Distribuição por idade dos empresários

Gráfico 4 – Distribuição por grau de escolaridade

Gráfico 5 – Distribuição por ano de início de actividade

Gráfico 6 – Natureza dos serviços/produtos informais

Gráfico 7 – Influências do meio envolvente que determinam as decisões

Gráfico 8 – Vantagens de recorrer à informalidade

Gráfico 9 – Desvantagens de recorrer à informalidade

Tabela 1 – Revisão do Orçamento Geral do Estado 2009

Tabela 2 – PIB petrolífero e não petrolífero no período 2006 a 2010

Tabela 3 – Evolução das Exportações e Importações Angolanas

Tabela 4 – Evolução do Investimento no período de 2003 a 2008

Tabela 5 – Classificação de Angola no ranking do Doing Business 2010

Tabela 6 – Distribuição por género

Tabela 7 – Distribuição por tipo de cidadão

Tabela 8 – Número de trabalhadores regulares

Tabela 9 – Razões dos empresários

## AGRADECIMENTOS

Com a oportunidade que me foi dada de passar a residir em Angola e conhecer uma realidade num contexto de país em desenvolvimento, surgiram uma série de possíveis temáticas de relevante interesse para tratar e analisar numa dissertação. Tendo conhecimento da necessidade de conhecer o contexto em questão, de adaptação ao quotidiano que uma nova etapa da vida exige, não posso deixar de agradecer a todos os que de forma directa ou indirecta contribuíram positivamente para esta fase em que me lancei. Desde os meus colegas de trabalho, aos meus vizinhos e novos amigos, às *zungueiras* a quem compro legumes, ao sapateiro que monta diariamente a banquinha debaixo do meu prédio, ao guineense dono da mercearia em frente de casa, ao rapaz que me serve o café todas as manhãs e a todos os outros que me oferecem um “bom dia obrigado” desde o primeiro momento em que cheguei a Luanda.

Ao Prof. Manuel Ennes Ferreira pela proximidade com o contexto da sociedade angolana que em muito me ajudou a motivar para a execução do trabalho e para a compreensão de certas realidades. Pelo apoio e orientação.

Ao estimado Prof. Alves da Rocha, pelo primeiro encontro que me fez assentar os pés numa nova realidade e que de forma breve me fez inteirar do cenário.

A todos os empresários entrevistados, pela sua disponibilidade, compreensão e partilha de experiências. Pela paciência dos vinte minutos que se transformaram em uma hora e meia. Pelo seu testemunho que em muito permitiu a execução deste estudo.

À minha família e em especial ao Duarte, meu marido e grande amigo, pelo incentivo, pelo debate, pela troca de ideias, pelo apoio nos contactos. Mas acima de tudo por ter embarcado comigo na aventura desta nova fase da nossa vida. E, por último, ao António por se ter comportado tão bem nos primeiros 8 meses da sua vida.

## INTRODUÇÃO

A presente dissertação tem como objecto de estudo as relações que se estabelecem entre a actividade empresarial formal e a informalidade no mercado de Luanda.

Tendo como objectivo principal um melhor conhecimento destas relações, nomeadamente as razões que as fundamentam, isto é, o que leva os empresários a estabelecerem relações com o mercado informal, surgem outras tantas questões que têm como fim a caracterização das relações formal versus informal (o tipo de relações em causa), qual a durabilidade, a dimensão e o peso que essas relações têm no todo da actividade empresarial, quais as vantagens e desvantagens de recorrer à informalidade quando se opera através de uma empresa formal e o que determina essa opção entre o formal e o informal pelos empresários.

No sentido de perceber a razão do estabelecimento das relações alvo de estudo foram definidas duas proposições iniciais, de forma a perceber se as relações existentes estabelecem-se por haver um certo grau de dependência entre a formalidade e a informalidade; ou, se por outro lado, é uma questão de necessidade à efectiva concretização de certos negócios da actividade empresarial formal. Se a primeira proposição trata a existência de actos formais e informais como naturais, como processos institucionalizados na sociedade, que surgem por si só de forma independente, a segunda, baseia-se no facto de



o mercado pressionar a actividade formal a recorrer à informalidade, uma questão de contexto, sendo as actividades informais fundamentais ao auxilio da actividade empresarial.

A forma escolhida para analisar este tipo de relações foi a constatação da realidade empresarial recorrendo a entrevistas com empresários estabelecidos e conhecedores do mercado de Luanda. Privilegiou-se o resultado qualitativo retirado das conversas com os empresários em detrimento da sua quantificação, uma vez que considerou-se fundamental conhecer as experiências dos empresários, atribuindo mais credibilidade às entrevistas, através da citação de exemplos e situações com que os empresários se confrontam no dia-a-dia dos negócios.

Para abordar o tema proposto foi fundamental delinear uma estratégia prévia para definir claramente os limites do estudo em causa, uma vez reconhecida a extensão da temática.

A formulação da questão inicial do trabalho sofreu várias alterações desde a ideia inicial, à constatação da prática das influências do meio onde se desenrola o tema, até à entrada nas entrevistas exploratórias e confronto de ideias com os agentes intervenientes neste estudo.

O estudo da realidade social pretendida exigiu uma fase inicial de adaptação, interesse, pesquisa e socialização indispensáveis à intervenção directa na fase das entrevistas.

Na construção deste estudo procurou-se inicialmente elucidar as noções teóricas que apoiam a análise e definir certos conceitos de forma a separar e eliminar outras noções que não são de incluir no objecto específico. Esta delimitação pretendeu permitir a comparação dos casos de estudo no contexto próprio da sociedade alvo.

Para abordar a incorporação da informalidade na actividade empresarial formal no mercado de Luanda, foi fundamental definir os conceitos de empresário, empresa formal, economia informal e três tipos de relações económicas que se estabelecem no mercado: as formais, as informais e as híbridas. O cenário – o mercado – é constituído por estes elementos e organiza-se da seguinte forma: O empresário é o agente individual que gere os negócios empresariais; a empresa formal, registada e gerida pelo empresário, estabelece relações no seio do mercado; a economia informal existe por si só, e estabelece relações com todo o tipo de fontes de rendimento ou potenciais, e é intrínseca ao mercado. No tocante às relações que se estabelecem entre os diferentes elementos do cenário, por um lado, temos as relações formais puras que compreendem os actos económicos que se realizam entre duas empresas formais. Estas relações são declaradas e contribuem para os indicadores económicos do país. Um segundo tipo de relações dizem respeito às informais puras, são as que se encontram do lado oposto às primeiras, realizam-se totalmente no seio da economia informal e portanto são actos puramente informais e muito específicos do mercado em causa. Não são declaradas, apesar

de amplamente conhecidas, muitas são estudadas e analisadas, mas passam à margem das estatísticas gerais e económicas do país e quase sempre postas de lado das preocupações da governação. Por fim, temos as relações híbridas, que se caracterizam por actos económicos que confrontam dois terrenos distintos na sua génese, a empresa formal e a economia informal, mas que acabam por sofrer do esbatimento dos seus limites à medida que este tipo de relações se desenvolve. Estas relações têm características formais e informais e funcionam com mais ou menos regularidade, sem limites definidos, encontram-se estabelecidas, marcando um terreno propício ao seu desenvolvimento. As relações híbridas consoante o mercado em causa podem constituir peça fundamental à empresa formal. Daí o conhecimento e análise do mercado ser tão importante para reconhecer a dimensão destas relações.

A forma encontrada para estudar estes fenómenos seguiu o método de formulação de uma questão inicial, base de partida, que foi sofrendo alterações ao longo do trabalho preparatório e exploratório. Foram, adicionalmente, formuladas questões secundárias para complementar e suportar as hipóteses. Estas últimas constituíram proposições de resposta às perguntas colocadas inicialmente, de forma sumária e provisória, e guiaram o trabalho de recolha e análise de dados.

Porque se estabelecem relações híbridas no mercado?

Qual a razão da existência de relações económicas com características formais mas marcadas por um certo grau de informalidade? Este fenómeno parece estar ligado ao funcionamento do próprio mercado e da sociedade integrante.

Assim, para perceber a razão do estabelecimento das relações híbridas foram definidas duas proposições provisórias e não conclusivas: (i) existe um grau de dependência entre formalidade e informalidade que leva ao estabelecimento natural de relações híbridas no mercado empresarial de Luanda; ou, por outro lado, (ii) a informalidade é necessária à efectiva concretização de certos negócios da actividade empresarial formal em Luanda.

Na primeira proposição privilegia-se a existência de actos formais e informais de forma natural que surgem por si só de forma independente. Na segunda proposição, o mercado pressiona a actividade formal a recorrer à informalidade que surge como apoio à actividade empresarial enquanto não estão criados os mecanismos sociais que sustentam o crescimento.

As proposições lançadas serão o cerne das entrevistas, a sua falsidade ou veracidade será suportada pelos dados recolhidos nas sessões.

No tocante às questões secundárias que complementam e elucidam a questão inicial, propõem-se as seguintes:

- Que tipo de relações existem entre a empresa formal e as actividades informais?

- Qual a durabilidade, dimensão e peso que essas relações têm na actividade empresarial?
- Quais as vantagens e desvantagens de recorrer à informalidade quando se opera através de uma empresa formal?
- O que determina a opção entre formal e informal?

Coloca-se então a seguinte hipótese: O grau de dependência entre formal e informal, a existir, é determinado pelas características do mercado específico onde as actividades se desenvolvem. Logo, existem certas características no mercado que influenciam e determinam a existência das relações híbridas. Conhecer estas características significa compreender melhor o mercado em estudo.

Para identificar e avaliar as características relevantes, far-se-á uso de indicadores que orientam os questionários de suporte às entrevistas e operacionalizam o conceito de relações híbridas. Os indicadores serão mais qualitativos que quantitativos e ajudam a analisar a influência que o mercado tem no estabelecimento dessas relações híbridas.

Poderiam ser colocadas tantas outras questões que dariam seguimento ao presente estudo. As características encontradas são estruturantes do mercado ou conjunturais? Quais as condições propícias à mudança no mercado empresarial? Ou a mudança é natural e inevitável num futuro próximo? Qual o papel do Estado e que mecanismos estão ao seu alcance?

Relativamente às dificuldades encontradas na elaboração deste estudo, importa frisar que foi um trabalho efectuado totalmente em Angola. No contexto macroeconómico a existência de informação quantitativa divergente consoante a fonte em causa. Na parte teórica o acesso à bibliografia necessária com a credibilidade exigida. Na fase das entrevistas, o facto do tema poder facilmente ser associado a corrupção, resultou em alguma relutância por parte dos empresários em exprimir as suas opiniões obrigando ao aumento do tempo de duração das entrevistas (face ao inicialmente estimado) e a uma preparação inicial de forma a tornar o tema mais próximo dos inquiridos.

A estrutura do trabalho está dividida em três capítulos. O primeiro capítulo compreende uma primeira secção onde se aborda o enquadramento teórico e a perspectiva histórica do desenvolvimento empresarial africano e uma segunda secção reservada à análise do contexto da actividade empresarial angolana onde se desenrola a temática. O segundo capítulo trata do enquadramento sócio-económico de Angola. O terceiro capítulo é reservado à apresentação dos resultados das entrevistas levadas a cabo neste país e à sua análise. Por fim, são tecidas algumas conclusões no sentido de poder responder às questões inicialmente colocadas.

# **CAPITULO I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO DO EMPRESÁRIO AFRICANO E O CONTEXTO DA ACTIVIDADE EMPRESARIAL ANGOLANA**

Neste capítulo, pretende-se numa primeira secção e de forma breve fazer um enquadramento teórico do desenvolvimento empresarial africano tendo por base os diversos estudos e contributos das diferentes ciências, assim como a evolução do conceito de empresa e o papel do empreendedorismo, ao longo do tempo. Analisa-se a questão do modelo empresarial das sociedades modernas e das sociedades africanas e a importância das relações que se estabelecem entre as empresas ditas formais e a informalidade. A segunda secção é reservada à análise do contexto da actividade empresarial angolana onde se referem alguns estudos realizados no mercado luandense.

## **1.1. Enquadramento teórico e histórico do desenvolvimento empresarial africano**

Existem diversas perspectivas de análise do empresário africano fruto do contributo das diversas ciências sociais e económicas. Para estudar o desenvolvimento empresarial africano deve ser tida em conta a perspectiva teórica e o enquadramento histórico em que o mesmo se insere. Factos históricos e económicos marcam o processo de desenvolvimento africano, as estruturas institucionais coloniais e a sua herança, o esgotamento dos modelos

económicos de orientação para um Estado intervencionista, a ideologia baseada na livre expansão da iniciativa privada empresarial e a autonomização do conceito de empresário e a promoção do espírito empreendedor como fonte de criação de riqueza. Esta secção pretende de forma simplificada abordar alguns contributos para o estudo desta temática.

### **1.1.1. O estudo da empresa e o contributo pluridisciplinar**

A noção de empresa, como factor de desenvolvimento e papel relevante na economia, autonomizou-se como temática de estudo das ciências puramente económicas. A criação ou aparecimento da empresa corresponde ao surgimento com dimensão significativa de um excedente económico anual, pondo de parte a esfera familiar do consumo. A empresa é o empreendimento, individual ou colectivo, com o intuito de gerir melhor e aumentar o excedente económico e social (Statter 2000). Daí a urgência da promoção do espírito empresarial. A empresa é o local, entidade ou instituição cuja função base é a produção de bens e/ou serviços susceptíveis de venda ou destinados ao mercado com a finalidade de, no longo prazo, obter resultados (lucros, transferências sociais de riqueza ou repartição social de determinados custos).

Importa, então, apreender como estes conceitos são transpostos para o contexto africano (cultural e histórico). A empresa não é autónoma do contexto



do mercado, pelo contrário, a sua acção está intrinsecamente ligada à informação que o mercado lhe dá, agindo de acordo com as suas condições e características. Como o mercado é dinâmico, a estrutura empresarial, as suas estratégias, interesses, objectivos são revistos para que a empresa possa sobreviver. Outros factores que influenciam as decisões empresariais são o Estado (a política fiscal, a regulamentação, as medidas sociais, etc.) e a própria cultura da sociedade (as suas tradições, preferências e costumes). A empresa não é, portanto, uma entidade que se restringe a adaptar-se às condições de mercado, ela é regida por interesses, estratégias e objectivos específicos que reflectem a vontade dos seus gestores. Daí o facto de ser tão importante ter em conta as decisões dos empresários que gerem as empresas africanas e exercem a sua actividade num determinado contexto.

Para estudarmos o desenvolvimento empresarial no contexto africano deveremos analisar não só a conjuntura existente mas também o percurso histórico da sociedade em questão, uma vez que a empresa está dependente, como vimos, do meio sociocultural em que opera.

Têm contribuído para o estudo desta problemática diversas áreas científicas: a antropologia (interesse pela 'cultura da empresa', pelas memórias colectivas, tradições, ritos, cerimónias de celebração) e mais especificamente a antropologia social britânica nos anos trinta (as migrações laborais, a vida urbana e o universo industrial), a sociologia nos anos cinquenta (sociologia do

trabalho, as práticas laborais, normas profissionais, padrões de conduta no meio laboral, estruturas organizativas e dinâmicas de grupo), a psicologia social (factores humanos da empresa e o aproveitamento dos seus recursos humanos), a história (os processos de descolonização e estabelecimento das empresas em África, as oportunidades de emergência do empresariado africano) e a ciência política (por exemplo, o movimento operário, ideologia marcante dos anos setenta).

### **1.1.2. Perspectiva histórica da noção de empresa**

Tradicionalmente, a empresa (abordagem clássica<sup>1</sup> – Taylor, Fayol e Weber) surge como resultado da iniciativa de um empreendedor, visando a realização de um projecto individual de criação de riqueza ou como uma organização orientada para o mercado (bens e serviços), onde os gestores e trabalhadores prosseguem estratégias pessoais de carreira ou de maximização do lucro, baseando-se nos postulados do *homo economicus* (Statter 2000). Na abordagem de Schumpeter<sup>2</sup>, a empresa é uma instituição sendo esta o local propício ao surgimento da inovação que leva à geração de lucro, afecta a estrutura dos processos produtivos, a rentabilidade das operações e a aceitação de produtos pelo mercado. Estas alterações geram igualmente fenómenos dinâmicos na economia (mais investimentos tecnológicos com efeito

---

<sup>1</sup> Sobre o assunto ver Caravantes, G. (1998). *Teoria Geral da Administração*. AGE Editora. Brasil.

<sup>2</sup> Sobre as ideias de Schumpeter ver McCraw, T. (2007). *Prophet of innovation: Joseph Schumpeter and creative destruction*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2007.

multiplicador sobre o emprego, massa salarial, consumo, procura, crédito e rendimento da economia), sendo a empresa o local privilegiado para o surgimento da inovação tecnológica.

No estudo do desenvolvimento empresarial na África Subsaariana interessa ter presente a empresa e os intervenientes institucionais que constituem o ambiente envolvente. Durante a década de cinquenta e sessenta assiste-se a um esforço de incitamento ao espírito empresarial nas sociedades do Terceiro Mundo como forma de criação de riqueza (a iniciativa africana como forma de escapar à história colonial). Ao longo dos anos 70<sup>3</sup> os estudos inclinaram-se para o surgimento de uma classe operária e o esbatimento das preocupações sobre o empresariado. No entanto, no final da década de setenta, dá-se o desmantelamento do sistema de intervenção estatal na economia, a introdução dos programas de ajustamento estrutural e as novas preocupações com a política macroeconómica<sup>4</sup>. No final da década de oitenta, o Banco Mundial impôs aos países em desenvolvimento a disciplina do mercado, ressurgindo o estímulo à iniciativa privada (os empresários) e a necessidade de obtenção de lucro (Hopkins 1995), com forte preponderância do mercado e do sector privado como promotor do investimento e do desenvolvimento

---

3 Ao longo dos anos setenta, a cidade, o desenvolvimento do emprego e do não-emprego urbano, a economia urbana sob todas as suas formas, suscitam uma nova corrente de investigações a propósito daquilo que a Organização Internacional do Trabalho (OIT) veio a chamar de sector informal.

<sup>4</sup> O projecto de industrialização dos países da África Subsaariana nos anos 1960-70 não poderia ter tido sucesso, uma vez que foi transposto para estes países um modelo industrial que supunha um conjunto de condições e exigências muito fortes. Foi dado adquirido, estarem reunidas as condições e exigências suficientes para o funcionamento do projecto industrial, sem ter em conta o contexto histórico dos países e ainda o facto dos programas de ajustamento estrutural introduzidos terem precipitado o desastre (Sobre este tema ver De Bandt 1995).

empresarial. O interesse político e moral pela empresa africana (necessidade estratégica de empresários) aparece num período de ideologia liberal, de desestatização e desmantelamento das empresas públicas. Pretendia-se assegurar a passagem de testemunho dos investimentos estrangeiros e das sociedades do Estado (Copans 1995). É neste contexto que surgem as preocupações socioeconómicas ligadas à emergência das pequenas empresas, micro-empresas e empresas familiares do sector informal. Os pequenos empresários deveriam então ter um papel central na promoção do desenvolvimento económico africano (Hopkins 1995).

O sector privado é hoje considerado peça fundamental ao desenvolvimento, na promoção do crescimento económico, na redução da pobreza e no aumento da qualidade de vida das populações, em paralelo com os esforços do sector público. O sector privado é suporte ao financiamento das despesas sociais (World Bank; 2002).

O debate ao nível do papel da empresa privada vai no sentido do balanceamento entre o peso do sector privado e do sector público na economia. Repensar o papel do Estado sem uma indiscriminada privatização. O Estado deverá ter um papel crucial no estímulo à iniciativa privada e na criação de um quadro regulamentar da actividade empresarial. Esta última pode reduzir a pobreza através da criação de riqueza resultante do aumento da produtividade, mais emprego e mais rendimento. A par do papel social do Estado a empresa pode contribuir para o benefício social das populações, ao nível do aumento do

rendimento familiar, melhoria da educação e saúde. Nos países em desenvolvimento o sector privado tem vindo a crescer rapidamente. As pequenas e médias empresas são fonte de emprego tanto da população que transita das administrações públicas como do pessoal pouco qualificado que se encontra em situação de desemprego.

No entanto, coloca-se uma questão de base quando analisamos o modelo da empresa e o contexto onde esta se desenvolve. Corresponde o homem de negócios africano ao modelo do empresário ocidental? Inúmeros estudos na área do informal revelam o carácter empreendedor, a criatividade e o engenho dos pequenos produtores mercantis em contexto urbano. No entanto, tal não basta para haver ligação entre este empresário e o do modelo schumpeteriano inovador, alguma comparação poderia levar à tentativa de transpor conceitos fora de contexto e inadaptados aos países africanos. Estudar a empresa em contexto africano implica enveredar pelos caminhos da economia informal.

O dualismo formal/informal é uma nova maneira de pensar o dualismo e a heterogeneidade das economias africanas, na qual o sector moderno (procura da rentabilidade, trabalho assalariado, organização industrial, capital monetário) e o sector não mercantil (ausência de circulação monetária, produção de autosubsistência) interagem como uma série de actividades informais. Estas actividades caracterizam-se por acesso facilitado, recurso aos

meios locais, propriedade familiar, produção restrita, conhecimento obtido por experiência, ausência de contabilidade e existência de livre concorrência (Hugon 1995).

O informal aparece como forma originária de produção dotado de certas especificidades e dinâmica própria. Mas não é possível a sua compreensão sem considerar a sua inter-dependência com as unidades domésticas, o sector moderno e o Estado (Hugon 1995).

Na África Subsaariana operam um grande número de empresários informais, muitas vezes emigrados dos países vizinhos ou vindos das zonas rurais para as grandes cidades. Na falta da presença de empresas formais ou praticando preços elevados (não suportáveis por uma camada considerável da população), asseguram a regulação económica, a prestação de determinados serviços à sociedade e criam emprego. Não obstante, os pequenos empresários formais flexibilizam e dinamizam a economia, desenvolvendo a sua actividade recorrendo ao sector informal e às grandes empresas (Ponson 1995).

Num estudo comparativo entre os empresários africanos e asiáticos, Ponson destaca algumas características da actividade empresarial africana, como sejam, as dificuldades das empresas encontrarem localmente fornecedores ou sub-contratantes devido à fraca normalização dos produtos, aos prazos de entrega, à qualidade desigual dos produtos e à dificuldade na adaptação a mudanças nos constrangimentos técnicos. Adicionalmente, refere que as relações comerciais entre o sector formal e informal são ténues, uma vez

que no contexto africano o segundo é considerado concorrente, beneficiando de uma total ausência de constrangimentos em matéria de impostos assim como de regulação social.

Pode ser verdade que o informal beneficie de certas vantagens que o tornam mais acessível e com produtos/serviços mais baratos, mas parece algo generalista considerar que o informal corresponde nas sociedades africanas à concorrência (neste caso desleal) com as pequenas e médias empresas. O sector informal pode também exercer um papel de complementaridade e satisfação das necessidades dos empresários formais quando não existe no mercado o produto/serviço ou, pela sua raridade, ser extremamente caro.

Pode, portanto, o desenvolvimento das actividades empresariais informais ser considerado como uma necessidade do sector formal, ou, como avança Ponson, uma causa ou consequência do falhanço das actividades formais. Esta noção do informal afasta-se de certa forma das actividades tradicionais de produção familiar. As novas actividades informais surgem em contexto urbano e estão intrinsecamente ligadas às empresas formais. Por fim, contribui igualmente para o crescimento das actividades informais, uma atitude do Estado em África caracterizada por uma administração tateante, pouco racional, e lenta a tomar decisões (Ponson 1995).

Nas sociedades africanas temos que ter em conta o facto de a empresa não ter os seus limites bem definidos, sendo um local de trabalho e produção que pode incluir estratégias de sobrevivência, desempregados da função pública, e ser dotado de um funcionamento caracterizado por estratégias e arranjos sociopolíticos complexos e vastos. Assiste-se à coexistência de diversos estratos de pessoal nas médias e grandes empresas, ligados aos directores das mesmas por uma pertença familiar, territorial ou confessional (Labazee 1995). Neste sentido, o empresário assume naturalmente os constrangimentos comunitários e as pressões sociais nas opções estratégicas da sua empresa (por exemplo, no recrutamento do pessoal).

Não obstante, com o evidenciar de algumas influências externas (como a concorrência, exigências do mercado que obriguem à contratação de mão-de-obra qualificada, à redução dos preços praticados, etc.) o peso da herança familiar reduz-se. A acção do empresário associada à tradição e costume tem que ser transposta para fora do âmbito da empresa. Estes investimentos sociais não determinam a racionalidade económica do empresário, pelo contrário, em muitos casos esta é a única forma de o mesmo ter acesso ao meio sócio-económico (Labazee 1995). A perspectiva social e a perspectiva económica encontram-se de forma natural (ponto de fricção entre as práticas empresariais e um campo económico socialmente constituído), sendo que o empresário não coloca de parte os objectivos de obtenção de lucros, minimização dos seus custos e dos riscos económicos.



Outro factor a ter em conta é o sistema de poder e o modo de exercício das relações políticas, forte condicionante da actividade empresarial africana (modelo de autoridade característica dos Estados subsaharianos contemporâneos). O domínio e a diferenciação são conseguidos através dos recursos políticos, impedindo o desenvolvimento dos interesses económicos próprios, o crescimento da camada empresarial e o livre funcionamento do económico (Fauré et Médard 1995). Adicionalmente, a instabilidade política apesar de não ser considerada como um entrave à actividade empresarial, ela determina as diferentes formas de empresariado. A instabilidade política vivida na África Subsahariana determinou o desenvolvimento do sector privado, a identidade dos empresários, o carácter formal ou informal dos negócios, a inovação e o grau de crescimento e desenvolvimento da actividade empresarial nos diferentes países. Naturalmente, com a instabilidade política, o controle estatal terá tendência a intensificar-se e, em resultado, o empresário envolve-se com mais facilidade na teia do informal (Ahwireng-beng 1995).

### **1.1.3. A questão das empresas modernas e das empresas africanas**

A discussão em torno do desenvolvimento empresarial africano foca dois aspectos importantes: a modernidade em oposição à tradição. Por um lado, a figura do empresário com um perfil psicológico determinado que, segundo as leis existentes e dotado de um espírito empreendedor, desenvolve uma

actividade empresarial própria dos tempos modernos (obtenção de rentabilidade). Por outro, o empresário é fortemente influenciado pelas especificidades locais, com uma gestão centralizada e tocando o informal, em que é dada grande importância às solidariedades comunitárias e étnicas, privilegia o contacto presencial em detrimento do contrato escrito e tem um fraco domínio da previsão compensada pela grande capacidade de “montar esquemas” (Henry 1995).

Esta dualidade desemboca em duas visões distintas: a primeira, as sociedades modernas beneficiárias de um invejável bem-estar material centrando as suas preocupações na racionalidade universal (sem relativismo); a segunda, as sociedades arcaicas desprovidas de comodidades modernas mas agarradas às tradições e à noção de comunidade tendendo para um relativismo absoluto (Henry 1995).

No entanto, estas duas visões não têm fronteiras definidas, a realidade é mais complexa e inclui modelos empresariais que pendem mais para uma ou para outra das extremidades, englobando características das sociedades modernas e das tradicionais. As sociedades modernas surgem como singulares ‘mestiçagens’ e o desenvolvimento das empresas africanas implica um esforço de modernização. As racionalidades económicas articulam-se com as exigências sociais. As práticas de gestão modernas são determinadas por especificidades locais, pelo que, a universalidade dos modelos e práticas pode ser posta em causa em consequência da alteração do local de referência. Henry (1995)

ênfatiza a importância da modernização das empresas africanas (dos empresários e dos modelos de gestão) evidenciando alguns contributos: (i) a entrada em cena da personagem do contabilista que apoia o gestor/empresário; (ii) a contratação de expatriados (supostamente menos sensíveis a influências locais); (iii) o modo de vida urbano caracterizado por maior modernidade e quebra das fronteiras étnicas; e (iv) a nova geração de gestores saídos do sistema moderno de educação (das universidades).

Por fim, outra dinâmica que releva mais uma vez a influência do local onde a empresa opera é a concorrência. Esta é um processo de selecção que resulta de uma interacção entre as firmas e o seu meio ambiente, que leva a que os empresários adoptem comportamentos inovadores (novas tecnologias) ou rotineiros (comportamento a adoptar perante uma ameaça). Ao contrário do que sucede nas sociedades industriais, o contexto africano favorece mais os comportamentos rotineiros do que os inovadores, não sofrendo a empresa de certos constrangimentos (necessidade de introduzir tecnologias ou novos produtos) pela sua posição de oligopólio ou monopólio (Hugon 1995).

## **1.2. O contexto da actividade empresarial Angolana**

Pretende-se nesta secção caracterizar a actividade empresarial que opera em contexto urbano, mais propriamente na cidade de Luanda, tendo presente as noções de formal e informal.

Neste mercado existe um conjunto de redes, relações que se estabelecem entre formalidade e informalidade e que permitem o desenvolvimento da actividade empresarial. O que distingue o formal do informal é algo ambíguo. Apesar de numa primeira abordagem surgirem conceitos como o registo oficial da empresa, o acto de serem passadas facturas que documentem as transacções, declarar os proveitos da actividade para efeitos fiscais, pagar os impostos, deter uma actividade regular, todas estas assumpções são simplistas e não atendem ao contexto em que a actividade empresarial se desenrola. O estudo das pequenas empresas passa por uma análise territorial que observa factores económicos e humanos. O contexto territorial, como seja o desenvolvimento local, tem que ter em conta não só a perspectiva económica mas também o ambiente social do empresário, ou seja, as estruturas sociais, os valores comunitários e a cultura são determinantes do relacionamento entre os empresários e o território onde operam (Ozcan 1995). O contexto territorial tem maior influência nas pequenas empresas do que nas grandes empresas ou multinacionais. A teoria organizacional não explica alguns aspectos cruciais das pequenas empresas que se prendem com a rede empresarial, como sejam os contactos cara-a-cara (*face to face*), o papel da família e a rede de amigos, a confiança como garantia e as relações pessoais. A complexidade das redes sociais tem grande influência nas redes do negócio e nos contactos sociais do empresário nas pequenas empresas, sendo estas cruciais para a sua sobrevivência. As relações baseiam-se na confiança (Ozcan

1995). Adicionalmente, este tipo de factores leva a que muitas vezes não haja a necessidade de formalizar/legalizar o negócio.

No sentido de melhor interpretar os negócios luandenses, analisa-se a dependência existente entre a actividade formal e a informal, as inter-relações que estabelecem e o impacto que a segunda tem na primeira.

Nas economias africanas, as actividades informais constituem factores estruturantes tanto das sociedades como dos mercados. A par de outras cidades, Luanda caracteriza-se por um sector informal vasto, complexo e intensamente integrado nas formas de vida empresarial do meio urbano. Comummente aceite e estabelecido, o sector informal é peça integrante dos negócios que constituem a actividade empresarial e que promovem o desenvolvimento da economia. Estas actividades têm constituído uma forma de acesso ao trabalho por grande parte da população, acesso a um rendimento monetário e integração sócio-económica dos próprios e demais família, única forma de obtenção de recursos financeiros e materiais. Uma parte dos agentes envolvidos recorre a actividades informais por uma questão de sobrevivência e uma outra parcela dos intervenientes procura a aquisição de riqueza que de outra forma seria difícil.

De acordo com Mallin (2009), as economias não formais<sup>5</sup> não operam de forma independente das economias formais. A ideia da sua ‘coexistência’ não põe de parte a complexidade da relação e o papel desempenhado por cada uma. O formal e o não formal apresentam-se como dependentes, em que cada parte trabalha para e através da outra. As esferas de acção do formal e do não formal não podem ser claramente distinguidas. As fronteiras foram ultrapassadas tornando-se obscuras. A realidade económica é hoje confusa.

Grassi (1999) refere-se à necessidade de reconhecer a realidade que nos rodeia, percebê-la e nela intervir, uma reflexão de carácter pluridisciplinar porque, no contexto africano, a realidade simplesmente escapa a quem queira captá-la com instrumentos estritamente disciplinares. A complementaridade das várias ciências é um requisito epistemológico pela compreensão dos processos sociais que são complexos (Grassi 1999).

O contexto informal é complexo e heterogéneo, apesar de constituir uma realidade dinâmica e que se adapta facilmente às necessidades do mercado, ele é fortemente influenciado por elementos sócio-culturais endógenos das populações, valores, padrões, tradições, que criam a ordem social urbana. Este ambiente determina as práticas e os comportamentos económicos dos seus intervenientes.

---

<sup>5</sup> A autora inclui na noção de ‘não formal’, o ‘informal’, o ‘ilegal’, o ‘extra-estado’, tudo o que está fora do âmbito ou se opõe ao ‘formal’ e não é incluído na Contabilidade Nacional.

Luanda apresenta diversas manifestações de actividade económica informal espalhadas por todos os bairros da cidade. As actividades – *business*, *esquemas* ou *processos*, segundo a gíria luandense – asseguram uma parte substancial dos rendimentos, bem como a maior parte da oferta de bens e serviços que satisfazem as necessidades de consumo dos habitantes da capital angolana, em particular das populações mais desfavorecidas (Lopes 2001). Uma taxa de desemprego elevada (atingindo mais de 40% da população) associada às ainda insuficientes políticas sociais e de emprego, a incapacidade do sector privado absorver a população activa, e o excesso de população acumulada nos bairros sociais urbanos, contribuem para a expansão das actividades informais como a única fonte de obtenção de recursos financeiros. A análise do desenvolvimento económico no contexto angolano exige algumas adaptações sobre os problemas económicos. Um dos factores chave parece ser a aceitação da existência de um sector informal que controla, em parte, o desemprego e que contribui em larga medida para a melhoria das condições de vida da maioria da população (Grassi 2002).

Alguns estudos sobre a actividade económica em Luanda apontam para a existência de um vasto leque de agentes que trabalham por conta própria e que acumulam actividades formais em simultâneo com actividades informais, não só com o objectivo de sobrevivência mas também com o propósito de obter rendimentos que lhes permitem adquirir bens materiais que de outra forma

lhes era impossível. Nalguns casos trabalham por conta de outrem no sector formal para empresas públicas ou privadas, mas continuam a manter negócios por conta própria como adicional ao rendimento principal. Através destas actividades secundárias podem obter rendimentos médios, ou mesmo elevados, muitas vezes superiores ao salário da sua ocupação formal.

A distinção entre actividade informal e formal é bastante complexa. De acordo com Mallin (2009) a economia não formal – não quantificável e não reconhecida – encontra-se incrustada na economia formal e constitui as mãos invisíveis do mercado, deixando uma indelével impressão digital no nosso quotidiano. Segundo Miras (1991) são características da informalidade a combinação de actividades económicas mercantis desviantes das normas legais, fiscais, sociais, de emprego ou registo estatístico, e consistem normalmente em actividades produtivas de reduzida dimensão, trocas comerciais, uso dos mercados paralelos e financiamento informal. As actividades são geralmente de reduzida escala com tecnologias adaptadas, e com pessoal com baixa qualificação ou aquisição de competências fora do sistema de educação formal, utilização de mão-de-obra intensiva com baixos salários ou em troca de bens de subsistência.

Neste estudo, a economia informal é entendida como o conjunto de actividades comerciais, de produção ou serviços, levadas a cabo por indivíduos



com objectivos de subsistência do próprio e da sua família, e que pela sua natureza não cumprem os requisitos para se enquadrarem no sector formal. Não existe qualquer registo de todos ou da maior parte dos actos que são exercidos.

Outro conceito a clarificar é a noção de empresário que se pretende utilizar neste trabalho.

O empresário evidencia três características: aceita o risco, tem um comportamento inovador e procura o lucro (Ozcan 1995). Independentemente da dimensão do seu negócio, estas características são intrínsecas ao próprio quer numa perspectiva mais local quer numa abordagem mais internacional. Por outro lado, o empresário cria o negócio com o propósito de realização de objectivos pessoais (o sustento da família, aumento da sua riqueza, etc.). No entanto, é o empresário social que lidera o desenvolvimento económico local. Para iniciar o seu negócio a informação necessária é-lhe transmitida através da rede social de amigos e familiares existente (Ozcan 1995), embora esta rede sofra de limitações ao nível geográfico, cultural e ético.

Sendo assim, neste trabalho, um empresário é alguém que gere uma empresa formal, isto é, uma empresa registada. A sua dimensão depende de algumas variáveis e portanto o estabelecimento de uma definição de pequena, média ou grande empresa provém da análise de alguns critérios. Indicadores como o número de trabalhadores, activos e equipamentos, vendas e lucros,

formalidade ou informalidade, e outros rácios como, capital vs trabalho, activos vs vendas, têm sido utilizados para a determinação da dimensão de empresas em diversos estudos. No entanto, estes critérios podem-nos levar a conclusões contraditórias. Uma empresa com um stock de equipamento elevado mas que só tem dois trabalhadores pode ser uma pequena ou grande empresa.

Algumas características ajudam-nos a interpretar de forma qualitativa a empresa em questão, como sejam, o facto de ser um negócio familiar, a capacidade limitada em deter quantidades elevadas de stocks, valores baixos de vendas, poucos trabalhadores, actividades levadas a cabo por pessoas com nível de escolaridade baixo ou com pessoal pouco qualificado.

Em Luanda a dimensão do negócio tende a estar associada muitas vezes a redes de contactos que fazem expandir e desenvolver as actividades empresariais, mais do que o número de trabalhadores contratados e registados para efeitos de Segurança Social ou dos armazéns com stocks elevados. Ainda de referir que o volume de negócios pode não estar directamente relacionado com a detenção de equipamentos ou stocks elevados, a aquisição dos produtos pode estar dependente das encomendas, evitando stocks em armazéns que significam custos adicionais.

Na nossa análise vão nos interessar as empresas de pequena ou média dimensão registadas para efeitos de exercício de actividade comercial e fiscal,

que actuam, ou se esforçam por actuar, no mercado formal. São empresas de responsabilidade limitada, geridas por um número de sócios igual ou inferior a 3, que conduzem actividades comerciais na sua grande maioria no interior do país. O número de trabalhadores é inferior a 50. O que se pretende recolher com as entrevistas levadas a cabo, não são tanto as características das empresas inquiridas, mas o molde como as mesmas executam a sua actividade comercial e a opinião do empresário quanto ao mercado com que se depara diariamente, as decisões que toma tendo por base o contexto da cidade de Luanda.

## **CAPITULO II - ABORDAGEM SÓCIO-ECONÓMICA DE ANGOLA**

Angola é um país emergente. Desde os finais da guerra que esta nação tem demonstrado sinais claros de crescimento económico e esforço de desenvolvimento, no entanto, a nível social, revela também graves problemas e a necessidade de reformas estruturais.

Para além da caracterização histórica, cultural, entre outras, da envolvente angolana, o contexto económico é de extrema importância para a abordagem do clima empresarial. Pretende-se com este capítulo fazer uma breve análise de alguns indicadores económicos que nos permitam perceber melhor as dificuldades que os empresários defrontam, as oportunidades, contrariedades e os métodos escolhidos para sobreviver e desenvolver uma actividade no mercado angolano.

### **2.1. Análise recente da economia Angolana**

Graças à aceleração da exploração das riquezas naturais (petróleo e diamantes), Angola tem beneficiado de um crescimento rápido da sua economia nos últimos anos. Apesar do *boom* do aumento do PIB deste país, a falta de reformas económicas e políticas eficientes, de transformações estruturais da economia e da fraca governação, têm contribuído para a manutenção de baixos níveis de desempenho social.

Ao nível macroeconómico, apesar do progresso registado após o fim da guerra em 2002, ainda muito há a fazer ao nível da transparência das instituições e da eficiência das políticas, assim como da canalização das receitas fiscais em prol de maior investimento na educação, saúde e bem-estar social. Só assim poderá ser assegurado no futuro a continuação do desenvolvimento do país e um melhor nível de vida nas gerações vindouras. Ao nível microeconómico, o Governo tem feito esforços para estimular o sector privado, mas a iniciativa privada ainda sofre de riscos associados à criação de negócios, às barreiras à entrada devido à existência de oportunidades limitadas (acesso limitado aos mercados e ao financiamento) e às injustas condições privilegiadas atribuídas apenas a alguns empresários. Algumas reformas foram introduzidas com o fim de acelerar a criação de empresas, simplificação dos procedimentos e regulação e criação de organismos especializados na matéria.

Angola tem beneficiado do crescimento do sector dos petróleos, a principal fonte de receitas capaz de financiar o crescimento e a construção do país, no entanto a sua volatilidade evidenciou-se com a recente crise financeira mundial com efeitos negativos sobre o preço de petróleo. É necessário reestruturar o sistema produtivo, aumentar a produção interna, acelerar a produtividade e diversificar a produção através da canalização dos recursos financeiros pelo Governo.

No tocante ao clima empresarial angolano, observamos uma realidade constituída por um grande número de empresários formais e informais, com uma linha de delimitação de espaço muito ténue. Na verdade, existem em número apreciável os *homens de negócios* caracterizados pela realização simultânea de actividades formais e informais. O sector informal com a sua dinâmica e os seus mecanismos próprios é fundamental nas sociedades africanas, e Angola não é excepção. Os mercados paralelos crescem desmesuradamente atingindo uma diversificação considerável: serviços informais de apoio a outras actividades, produtos que têm origem em produção familiar artesanal, bens adquiridos no sector industrial segundo critérios informais, bens de revenda adquiridos em lojas de acesso restrito e fruto de redes de contrabando, corrupção e roubo, escoados de empresas ou organismos do Estado (portos marítimos) e que são canalizados para os mercados de Luanda (Roque Santeiro, Prenda e Congolenses). O sector informal em Luanda surgiu para colmatar as necessidades da população em geral devido à fraca oferta de bens e serviços dos mercados formais, mas também para prestar apoio às actividades formais ou oficiais, contribuindo para a produção de riqueza no país. Alguns desses serviços representam uma parte considerável do sector informal em Luanda e empregam de forma não oficial grande parte da população, como sejam os *kandongueiros*<sup>6</sup>, as *mwanbeiras*<sup>7</sup>, as *zungueiras*<sup>8</sup> e as *kinguilas*<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Kandongueiros, do kimbundu, a expressão kandonga significa negócio ilegal e é usada actualmente para

Os desafios que Angola enfrenta são, entre outros, a continuação do desenvolvimento do sector privado (em especial ao nível de recursos não extractivos), a melhoria das suas instituições, a redução da pobreza e o acesso da população à educação e à saúde, no sentido de criar mais emprego e com maior qualidade.

## **2.2. O boom do crescimento económico e a recente desaceleração**

### **2.2.1. Evolução do PIB**

Angola, após o fim da guerra civil em 2002, iniciou uma tendência de crescimento económico bastante significativa, registando os valores mais elevados no período entre 2005 a 2007. A taxa de crescimento do PIB em 2007 atingiu os 20.3% segundo o FMI<sup>10</sup>.

---

descrever os táxis ‘Toyota Hiace’ azuis e brancos.

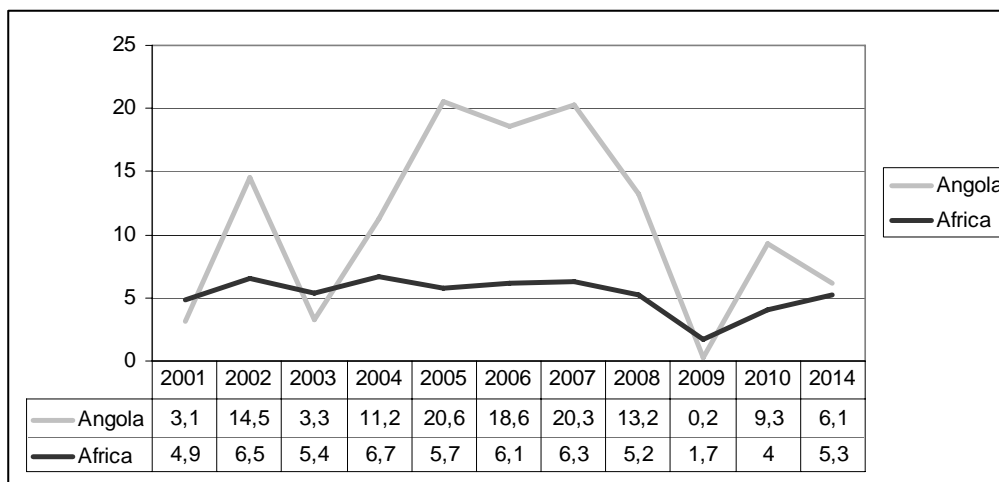
<sup>7</sup> Mwanbeiras, expressão utilizada para descrever os comerciantes que viajam para o Brasil, Dubai, África do Sul e Estados Unidos da América para adquirirem roupas para venda em Luanda.

<sup>8</sup> Zungueiras, expressão utilizada para descrever os vendedores ambulantes que vendem uma variedade de produtos, desde produtos agrícolas a peixe e roupas, nas ruas de Luanda.

<sup>9</sup> Kinguilas, expressão utilizada para descrever as mulheres que trocam ilegalmente dinheiro nas ruas.

<sup>10</sup> International Monetary Fund, World Economic Outlook: Sustaining the Recovery, October 2009.

**Gráfico 1 – Taxa anual de crescimento do PIB**



Fonte: FMI, World Economic Outlook, October 2009

Notas: Estimativas para os anos 2009, 2010 e 2014

O ano 2008 foi marcado pela crise financeira e económica internacional, pela desvalorização do dólar e pela queda do preço do petróleo, factos que tiveram repercussões negativas ao nível do crescimento que a economia angolana vinha a registar nos últimos anos. Apesar dos factos mencionados, a taxa de crescimento do PIB em 2008 atingiu os 13.2%, segundo dados do FMI, ligeiramente abaixo da taxa de crescimento estimada pelo Governo angolano<sup>11</sup> (15.6%), um abrandamento de 7.7 pontos percentuais relativamente ao ano anterior. Na sua base estiveram os efeitos positivos dos elevados investimentos privados e públicos realizados durante este período, as expectativas positivas relativas ao comportamento da procura de mercado e, ainda, o facto de ter havido uma certa estabilização do preço do petróleo.

<sup>11</sup> Programa Executivo do Governo de 2009



Importa ainda referir que a estimativa da taxa de crescimento real do PIB para o ano 2009 segundo os dados do FMI ascende a 0,2%, bem distante da primeira estimativa do Governo no Plano Nacional – 2009 que ascendia a 11,8%. Esta taxa foi revista em baixa para 6,1% com a revisão do Orçamento Geral do Estado de 2009, com referência ao novo preço médio do petróleo a 37 dólares.

**Tabela 1 – Revisão do Orçamento Geral do Estado 2009**

Indicador	2008	2009	2009
		(OGE inicial)	(OGE revisto)
Inflação global anual	13,2	10,0	12,5
Produção petrolífera anual (milhões de barris)	693,6	739,7	653,4
Preço médio de exportação do petróleo bruto (USD)	93,94	55,00	37,00
PIB valor nominal (mil milhões de kwanzas)	6413,0	5796,0	5144,0
Taxa de crescimento real (%)	15,7	11,8	6,1
Sector petrolífero	12,3	5,9	-6,6
Sector não petrolífero	20,5	15,9	14,6

Fonte: Ministério das Finanças

Na análise do crescimento económico, não se pode deixar de referir que Angola apresenta actualmente a par dos níveis elevados do PIB nacional, ineficiências e falhas do ponto de vista social, como sejam, a fraca capacidade dos serviços públicos, fraco apoio ao nível da saúde, baixo nível educacional da população e, ineficiência do sistema judicial, insuficiente assistência e previdência social, falhas nos fornecimentos de recursos essenciais como água e

energia, falhas na rede de transportes (quase inexistente), elevado índice de corrupção, entre outros. Evidências estas com impacto ao nível das condições de vida da população em geral, não obstante, o PIB por habitante, em dólares correntes, ter aumentado extraordinariamente, passando de 959 dólares, em 2003, para 4.961 dólares, em 2009, correspondendo a um aumento superior a 5 vezes<sup>12</sup>. Os especialistas do Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola (CEIC) afirmam que “a grande maioria da população permanece num estado de permanente pobreza” com um coeficiente de Gini, em 2005, de 0,62<sup>13</sup>. Ou seja, um nível de acentuada desigualdade na distribuição do rendimento.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>14</sup> apresentado no Relatório de Desenvolvimento Humano do PNUD calculado para Angola no ano 2005, inclui este país no grupo dos países com desenvolvimento humano baixo, com um valor de 0,446 colocando-o na 162ª posição<sup>15</sup>. Contribuem para esta posição desfavorável, um valor abaixo da média dos países da África Subsariana (0,493), a esperança de vida à nascença de aproximadamente 42 anos em Angola e a taxa de escolarização bruta combinada com o ensino básico, primário, secundário e superior que se situava na casa dos 25,6% (contra 50,6%, média

---

<sup>12</sup> Relatório Económico 2009, Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola.

<sup>13</sup> Artigo do Jornal Expansão, 26 de Junho de 2009.

<sup>14</sup> O IDH é calculado a partir de três indicadores: o índice de esperança de vida, o índice de educação e o índice do PIB. O índice de esperança de vida mede os progressos relativos de um país em termos de esperança de vida à nascença. O índice de educação mede os progressos relativos de um país tanto quanto à alfabetização de adultos como à escolarização bruta combinada. O índice do PIB é calculado com base no PIB per capita ajustado (PPC em USD).

<sup>15</sup> PNUD, Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008.

dos países da África Subariana). Se compararmos os valores referidos com os valores que Angola apresenta para o ano 2007, segundo o último Relatório de Desenvolvimento Humano 2009<sup>16</sup>, apercebemo-nos da melhoria na colocação do país no ranking do IDH, passando para o grupo dos países com desenvolvimento humano médio ocupando a 143ª posição, com um IDH de 0,564 (ligeiramente acima do valor apresentado pela média dos países da África Subariana de 0,514). As grandes melhorias foram ao nível da esperança de vida à nascença que passou para 46,5 anos, a taxa de escolarização bruta que teve uma subida extraordinária de aproximadamente 35 pontos percentuais (ascendeu a 65,3%, ultrapassando a média dos países da África Subariana) e o PIB per capita que em 2007 ascendia a 5.385 USD (uma considerável subida relativamente ao ano 2005, explicada pelo rápido crescimento económico registado nos últimos anos). No entanto esta visão positiva dos indicadores deve ser analisada com a cautela suficiente na medida em que Angola sofre de consideráveis ineficiências ao nível da distribuição da riqueza. A diferença entre os rankings mundiais do IDH e PIB por habitante indica o grau de transformação do crescimento económico em desenvolvimento económico, ou seja, se o crescimento gerou melhoria nas condições de vida da população ao nível da distribuição do rendimento, acesso à saúde, educação e assistência social. Angola regista valores continuamente negativos e agravados ao longo do

---

<sup>16</sup> PNUD, Relatório de Desenvolvimento Humano 2009.

tempo, significando que a maioria da população não beneficia do crescimento económico.

O crescimento da economia angolana nos últimos anos teve, provavelmente, efeitos positivos na redução da pobreza do país. O aumento do investimento público e privado ao nível das infra-estruturas permitiu a criação de emprego. A redução da taxa de desemprego de 39,8% em 2002 para 25,2% em 2006. No entanto, a taxa de inflação tem-se mantido bastante elevada e os salários não têm acompanhado esta tendência, pelo que, a população tem perdido, efectivamente, poder de compra. Numa breve análise ao país, deparamo-nos com a concentração das oportunidades em Luanda, onde as condições de vida são difíceis, os preços extremamente elevados, o acesso aos serviços básicos deficitário ou inexistente para parte da população que vive em bairros degradados sem água canalizada e saneamento básico. Apesar dos esforços levados a cabo pelo Governo na educação e na saúde, o acesso a estes serviços continua difícil com elevados custos e de baixa qualidade. Apenas 30-40% da população tem acesso aos serviços de saúde, 30% a tratamento e 40% a vacinação<sup>17</sup>.

Algumas debilidades da economia angolana são apontadas pelo Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) da Universidade Católica de Angola<sup>18</sup> como sejam (i) a relação entre a criação de riqueza e a distribuição do

---

<sup>17</sup> *Angola – African Economic Outlook 2007/2008 in* OCDE 2008: *Perspectivas Económicas em África* (pp 100 – 116).

<sup>18</sup> Relatório Económico 2009, Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola.

rendimento nacional de forma gerar a melhoria proporcional das condições de vida da população; (ii) os elevados custos associados à intensa variação do nível geral da actividade económica e sua má distribuição; (iii) o facto da economia petrolífera continuar a representar mais que 55% do PIB total; e (iv) a fragilidade dos alicerces da estabilização macro-económica uma vez que continua a existir um fraco desenvolvimento da economia nacional não mineral, fraca capacidade científica, tecnológica e de inovação.

Estas debilidades viriam a reforçar-se com a crise internacional e seus impactos na economia nacional, sentindo-se de imediato na taxa de crescimento do PIB registadas em 2008 e 2009. Já para 2010, prevê-se uma ligeira retoma estimando uma taxa de crescimento real do produto na casa dos 8,6%<sup>19</sup>.

### **2.2.2. Evolução do preço do petróleo (a fonte de receita do Estado)**

Um outro indicador que importa analisar é o comportamento do preço do petróleo, uma vez que Angola é um país que depende essencialmente das receitas arrecadadas com o sector petrolífero para a sua execução orçamental. Como vimos o sector petrolífero tem um impacto forte na estabilização macroeconómica. Segundo os especialistas do CEIC, “enquanto a dependência

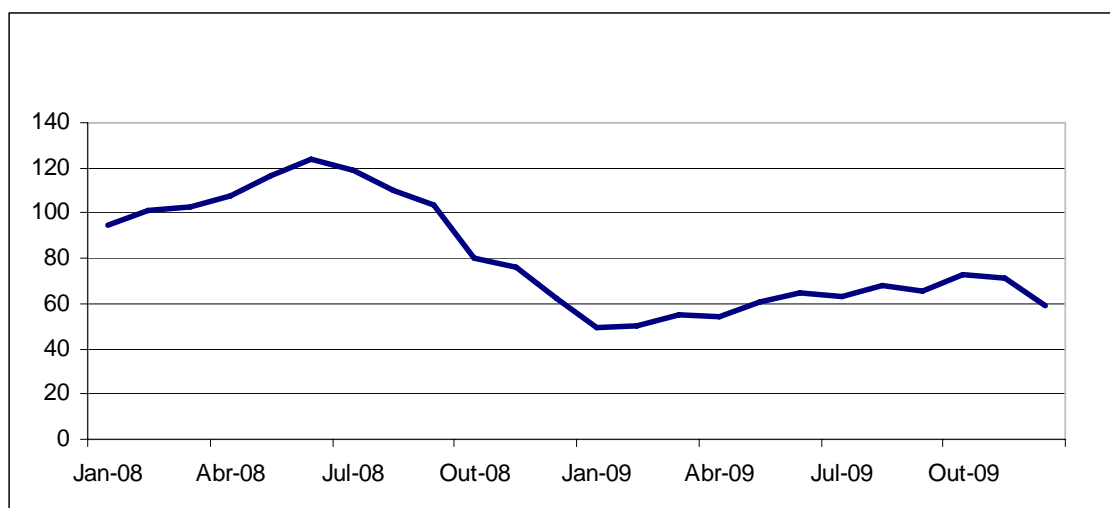
---

<sup>19</sup> Proposta de Orçamento Geral do Estado para 2010.

do petróleo for a que é, dificilmente se pode afirmar a sustentabilidade da estabilização macroeconómica”<sup>20</sup>.

O ano 2008 foi marcado pela subida do preço do petróleo até meados de Julho atingindo o valor máximo de 145,18 USD, e a partir de Agosto uma tendência de queda acentuada que se manteve até finais de 2008. Em Dezembro o preço deste mineral atingiu os 44,60 USD por barril<sup>21</sup>. Este comportamento deveu-se à instabilidade económica mundial, à crise financeira, com consequências graves ao nível do preço do petróleo mundial. Em resultado assistiu-se à redução das exportações angolanas e à redução das receitas fiscais petrolíferas.

**Gráfico 2 – Evolução do Preço do Petróleo em Dólares Americanos**



Fonte: Ministério do Planeamento, Ministérios das Finanças e Agência Reuters

Nota: Preços médios mensais do barril de petróleo

<sup>20</sup> Relatório Económico 2009, Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola.

<sup>21</sup> De acordo com os valores da Agência Reuters.

O gráfico 2 demonstra esta tendência. Nos finais de 2008, Angola avistava um problema orçamental que poderia vir a pôr em causa os investimentos públicos e as obras em curso ao nível das infra-estruturas a decorrer no país.

Em entrevista à revista Exame<sup>22</sup>, o ministro dos Petróleos, Botelho de Vasconcelos, afirmava, relativamente aos cortes do volume de produção decididos pela OPEP em consequência da descida do preço do petróleo, 'foi a primeira vez que a OPEP cortou significativamente o volume de produção. (...) A decisão teve um grande impacte no mercado no sentido de estabilização dos preços. Só que nos países que vivem do petróleo, a quebra de receitas foi enorme. Nós (...) sentimos de uma forma profunda os efeitos da descida do preço do petróleo durante os quatro primeiros meses deste ano. A partir do mês de Maio começámos a sentir uma pequena inversão, mas a Organização manteve os níveis de corte'.

O peso do PIB petrolífero sobre o PIB Total do país rondou os 55% entre 2004 e 2007, esta tendência manteve-se nos dois últimos anos. A projecção do Governo Angolano para 2008 no tocante ao peso do sector do petróleo e gás no PIB total ascendeu a 58,3%, superior em 2.5 pontos percentuais relativamente ao ano anterior<sup>23</sup>.

A tabela 2 mostra que a contribuição do sector não petrolífero para o PIB tem vindo a aumentar apesar da tendência decrescente nesta taxa entre

---

<sup>22</sup> Artigo da Revista Exame, n.º 1, Dezembro 2009.

<sup>23</sup> Orçamento Geral do Estado para 2009.

2007 e 2010, consequência da retracção do crescimento da economia após 2008, como vimos anteriormente.

**Tabela 2 – PIB petrolífero e não petrolífero no período 2006 a 2010**

<b>Produto Interno Bruto (PIB)</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
(mil milhões de Kwanzas)	3.990,3	4.637,7	6.413,0	5.796,0	6.741,0
Taxa de crescimento real (%)	18,6	23,3	15,6	11,8	8,6
Sector petrolífero	13,1	20,4	11,7	5,9	3,4
Sector não petrolífero	25,7	25,7	20,5	15,9	10,5

Fonte: Orçamento Geral do Estado para 2009

Notas: Os valores apresentados baseiam-se nas estimativas e projecções do Governo Angolano.

Relativamente ao sector não petrolífero, os sectores mais dinâmicos são a construção, a indústria transformadora e a agricultura. Sendo que em 2008, a agricultura estagnou – a taxa de variação do PIB foi de apenas 1,86%, e a indústria transformadora registou valores muito abaixo dos que se tinham vindo a verificar nos últimos anos (inferior a 11%)<sup>24</sup>.

### **2.2.3. As Exportações Angolanas**

O comportamento das exportações de Angola apresenta-se com uma tendência crescente, entre 2004 e 2009, grande parte devido ao peso do petróleo como recurso essencial de exportação do país. Segundo a tabela 3,

<sup>24</sup> Relatório Económico 2009, Centro de Estudos e Investigação Científica da Universidade Católica de Angola.



observamos que as exportações do referido mineral atingiam cerca de 94,7% em 2009, uma ligeira subida de aproximadamente 3 pontos percentuais relativamente aos valores apresentados em 2004.

**Tabela 3 – Evolução das Exportações e Importações Angolanas**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportações totais (mil milhões de dólares)	13,5	23,9	32	39,9	46	47,2
Exportações petróleo (mil milhões de dólares)	12,4	22,6	29,9	37,8	43,8	44,7
Importações totais (mil milhões de dólares)	10,1	15,7	25,5	33,1	28	29,7
Exportações petrolíferas/Exportações totais	91,85%	94,56%	93,44%	94,74%	95,22%	94,70%

Fonte: Orçamento Geral do Estado para 2009

Notas: Os valores apresentados baseiam-se nas estimativas e projecções do Governo Angolano.

Segundo o CEIC as exportações totais em 2007 atingiram os 44,4 mil milhões de dólares, e as exportações do petróleo ascenderam a 42,4 mil milhões de dólares, ou seja, representou este mineral 95,5% do total das exportações. Ligeiramente acima dos valores apresentados pelo Governo. O mesmo sucedeu em 2008, em que as exportações do petróleo ascendiam a 96% das exportações totais nacionais. O petróleo continua a destacar-se como o primeiro produto de exportação do país, seguido a grande distância pelos diamantes e outros produtos como sejam o gás, o café, a madeira e o pescado. Esta *petro-dependência* leva a que a economia Angolana se torne extremamente volátil e sensível a variações no preço do petróleo mundial, com

efeitos severos sobre a Conta Corrente e o saldo global da Balança de Pagamentos. A abertura do país ao exterior embora possa ter efeitos positivos na economia interna, cria igualmente uma dependência face ao mundo devido à presença dominante do petróleo como recurso de exportação, levando a que a redução da procura mundial deste mineral tenha efeitos catastróficos ao nível interno, como sucedeu com a crise internacional.

É urgente o aproveitamento dos recursos petrolíferos (através das receitas dos impostos petrolíferos que representavam aproximadamente 75% das receitas totais orçamentadas<sup>25</sup>) para o investimento na diversificação da economia, criando infra-estruturas, programas e reformas, direccionados para o desenvolvimento de outros sectores capazes de contribuir para o PIB nacional.

#### **2.2.4. Investimento Público e Privado**

O Investimento tem sido fundamental no seguimento da estratégia de reconstrução nacional e recuperação económica do país. Segundo o Programa Geral do Governo, o investimento privado tem sido mais elevado no sector mineiro (petróleo e diamantes), no imobiliário, nos serviços financeiros, nas telecomunicações e nos transportes. Estando o investimento público afecto à

---

<sup>25</sup> Orçamento Geral do Estado para 2009.

criação de infra-estruturas do país. A taxa global de investimento foi de 22,3% em 2006 e de 30% em 2007<sup>26</sup>.

Através da análise da tabela 4 observamos que o investimento privado petrolífero foi o grande responsável pela dinamização da economia. Em 2003, o investimento petrolífero representava 89,7% do investimento privado total, tendo após decorridos 5 anos um aumento de 1.7 pontos percentuais, ou seja, em 2008 o investimento privado dirigia-se na maior parte para o sector petrolífero com um peso de 91,4% do total do investimento privado na economia nacional. Em média, durante este período, as empresas nacionais e estrangeiras foram responsáveis por 91% do investimento total em Angola.

**Tabela 4 – Evolução do Investimento no período de 2003 a 2008**

<i>(mil milhões de dólares correntes)</i>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Investimento Total	6.058,4	8.026,4	9.527,7	15.256,7	21.198,3	32.675,0
Investimento Público	281,2	868,4	1.531,5	5.403,0	7.146,1	11.901,3
Investimento Privado	5.777,2	7.158,0	7.996,2	9.853,7	14.052,2	20.773,7
Petrolífero	5.180,0	6.501,0	7.273,4	9.058,6	12.859,5	18.984,7
Não petrolífero	597,2	657,0	722,8	795,1	1.192,7	1.789,0

Fonte: Relatório Económico do CEIC da Universidade Católica, 2009.

Apesar do investimento público ter aumentado, em valores absolutos, extraordinariamente entre 2003 (representava 4,64% do total do investimento) e 2008 (atingindo 36,42% do total do investimento), em resultado das fortes

<sup>26</sup> Plano Nacional para 2009.

preocupações ao nível da reconstrução nacional nos sucessivos Programas de Governo, continuam a ser o investimento privado petrolífero (multinacionais orientadas para o exterior) e as exportações minerais os grandes contributos para o crescimento económico angolano. O Governo tem envidado esforços no sentido de criar regulamentação apropriada a este sector para permitir nomeadamente, a angolanização da mão-de-obra e a responsabilidade social entre outras medidas.

#### **2.2.5. Doing Business**

O *Doing Business* é um indicador, publicado anualmente pelo Banco Mundial, que apresenta dados quantitativos sobre as regulamentações existentes na actividade empresarial e protecção de direitos de propriedade de diferentes economias seleccionadas (a publicação de 2010 inclui 183 países), permitindo a comparação das condições em que os negócios se realizam em cada uma.

A premissa subjacente a este indicador é o pressuposto de que a actividade económica necessita de boas regras. A sua inexistência ou ineficiência leva a que os negócios dependam mais dos contactos que os empresários dispõem ou adquirem, do que propriamente das suas capacidades (como consequência surgem barreiras à entrada, limitações à concorrência e a ineficiente afectação dos recursos). A não existência de regulamentação ou a

sua deturpação em função de interesses de alguns grupos sociais contribui para a manutenção de actividades informais ou mesmo para o seu crescimento. Alguns empresários são obrigados a manterem-se neste sector pelo difícil acesso ao financiamento formal, minando a capacidade de expansão dos seus negócios de forma formal<sup>27</sup>.

Por outro lado, uma regulamentação transparente, eficiente e clara permite a participação de novos empresários na actividade empresarial segundo as regras e leis definidas no país, expandindo, assim, os benefícios que se podem retirar das oportunidades e da protecção dada pelas mesmas.

Ao nível do continente africano, nota-se um esforço de alguns governantes ao nível da gestão e reformas macroeconómicas, através do compromisso político no estabelecimento da democracia e desenvolvimento económico de forma a permitir a melhoria das condições de vida das populações. A prática de uma gestão macroeconómica prudente, esclarecida e concordante com padrões internacionais de política fiscal e monetária. A criação de um clima empresarial adequado é um dos factores que mais investimento estrangeiro atrai para o continente africano, com benefícios evidentes ao nível da criação de emprego, diversificação da economia e reversão da pobreza. Os países africanos destacados na publicação *Doing Business* 2009, como os que têm realizado reformas institucionais com efeito positivo no ambiente dos negócios são, África do Sul, Botswana, Namíbia, Ghana, Quénia, Nigéria,

---

<sup>27</sup> *Doing Business* 2009, Banco Mundial.

Uganda, Rwanda, Tanzânia e Moçambique. Angola tinha realizado apenas duas reformas institucionais durante o ano 2008 (ano a que se reporta a publicação) ao nível do lançamento de novos negócios (com a abertura do Guichet Único da Empresa reduzindo o tempo de abertura de uma empresa para dois meses) e a reorganização do processo de obtenção de alvarás de construção. Já no ano 2009, o país introduziu o sistema de cumprimento das obrigações da segurança social de registo e declaração periódica por via electrónica para empresas com mais de 20 trabalhadores. Celeridade no processo de registo de propriedade. Outras medidas foram introduzidas no comércio externo (processos associados às importações e exportações), no entanto, ainda muito aquém das necessidades sentidas pela economia nacional com efeitos negativos na actividade empresarial que utilizam os portos marítimos como via de entrada de matérias-primas e bens.

A tabela 5 apresenta a posição de Angola (num total de 183 países) no ranking mundial do *Doing Business* 2010 e a sua evolução relativamente ao ano 2009 por rubrica.

**Tabela 5 – Classificação de Angola no ranking do *Doing Business* 2010**

Facilidade de ...	Doing Business	Doing Business	Variação na classificação
	2010	2009*	
Fazer negócios	169	170	1
Lançamento de um novo negócio	165	158	-7
Obtenção de alvarás de construção	123	126	3
Contratação de trabalhadores	178	178	0
Registo de propriedade	173	175	2
Obtenção de financiamento	87	84	-3
Protecção de investidores	57	53	-4
Pagamento de impostos	139	134	-5
Comércio externo	171	170	-1
Cumprimento de contratos	181	181	0
Encerramento da empresa	144	144	0

\* As classificações do Doing Business 2009 foram recalculadas para reflectir as mudanças feitas na metodologia e a adição de dois novos países. No Relatório Doing Business 2009 o número de países ascendia a 181.

Fonte: Doing Business 2010

Os resultados do estudo para Angola resumiram-se seguidamente:

- O país subiu uma posição por ano no *ranking* mundial desde 2007 a 2009 (encontra-se na 169<sup>a</sup>);
- As rubricas em que Angola se posicionou mais favoravelmente foram:
  - A obtenção de financiamento (87<sup>a</sup> posição) fruto da existência de legislação adequada à expansão do acesso ao crédito e a disponibilidade de informação de qualidade (quer por organismos públicos quer por privados);

- A protecção dos investidores (57ª posição) que se baseia na transparência das transacções (maior divulgação), responsabilização dos quadros dirigentes na auto-negociação, a capacidade dos accionistas em processar os quadros dirigentes por má administração e a protecção do investidor. Em todos estes indicadores Angola obteve valores acima da média dos países da África Subsariana;

Apesar destas duas rubricas serem apontadas como os melhores lugares que Angola ocupa no ranking, importa frisar que houve um agravamento na posição do país no ranking mundial, uma descida de 3 lugares na obtenção de crédito e uma descida de 4 lugares na protecção de investidores.

- Por outro lado, são de destacar as rubricas em que Angola se posiciona em lugares menos favoráveis, a saber:

- Lançamento de um novo negócio (165ª posição), uma descida de sete lugares relativamente ao ano anterior. Contribuem para esta má classificação o número de procedimentos (8), o tempo de demora (68 dias), o custo da operação (151,1% do rendimento médio por habitante) e o capital mínimo necessário (29% do rendimento médio por habitante). Angola mantém-se acima da média da África Subsariana no tocante ao tempo de demora e ao custo da operação, no entanto muito aquém dos níveis da média da OCDE. A dificuldade com que se deparam os empresários no lançamento de um novo negócio pode levar à opção pela informalidade;



- Contratação de trabalhadores (178ª posição), devido à dificuldade no recrutamento de mão-de-obra capaz e nos entraves ao despedimento, o que evidencia a existência de um mercado de trabalho com fraca qualidade técnica e com regulamentação laboral rígida;
- Registo de propriedade (173ª posição), uma subida de dois lugares relativamente ao ano anterior. Devido, essencialmente, ao número elevado de dias para efectuar a operação (184) apesar da considerável descida relativamente ao ano anterior (334) e devido ao custo da operação que ascende a 11,4% do valor do imóvel. Fraca posição relativamente à média da África Subsariana;
- Comércio externo (171ª posição), onde se destacam o número de dias necessário para exportar (65) e para importar (59), o número de documentos necessários para exportar (11) e os custos dos contentores (2250 dólares na exportação e 3240 dólares na importação). Descida de uma posição relativamente ao ano anterior.
- Cumprimento de contratos (181ª posição), indicador que avalia a eficiência do cumprimento das leis contratuais no país, através do acompanhamento do processo judicial. Destacam-se como indicadores de ineficiência o número de procedimentos necessários desde a abertura do processo até à sentença judicial (46) e a sua duração (1011 dias).

Podíamos ainda destacar algumas considerações sobre a regulamentação da actividade empresarial angolana, nomeadamente no que diz

respeito à área fiscal. Contribuem para a má prestação do indicador pagamento dos impostos, o tempo que se perde a pagar as obrigações (272 horas por ano) fruto da fraca informatização dos serviços de finanças e formação dos funcionários e a limitação das formas de pagamento dos impostos disponíveis. Por outro lado, o elevado coeficiente de fiscalidade que impende sobre os empresários (impostos totais em média representam 53,2% dos lucros) e respectivas penalidades de incumprimento (variam entre os 55% e os 220% do imposto em falta, aos quais acrescem juros de mora).

Note-se que é da opinião dos autores da publicação do *Doing Business*, que, de um modo geral, os países cuja regulamentação é fraca, ineficiente ou onerosa, o nível de informalidade tem tendência a ser mais elevado. As empresas do sector informal crescem, normalmente, a um ritmo mais lento, sofrem de fraco acesso ao crédito e empregam baixo número de trabalhadores (à margem da regulamentação laboral e protecção social). Os indicadores analisados no *Doing Business* ajudam a explicar a ocorrência de informalidade na actividade económica do país e podem indicar aos governantes as potenciais áreas de acção de política ou reforma. No entanto, este indicador não pode ser analisado em separado, a análise dos resultados deve ser acompanhada de outros estudos e indicadores, assim como a constatação da realidade do país, o seu contexto económico, político, cultural e histórico, e a fase do processo de desenvolvimento em que se encontram.

Por último, destacam-se as seguintes premissas aceites pela comunidade internacional:

- Um ambiente empresarial caracterizado por baixas barreiras ao lançamento de um novo negócio está comumente associado a um baixo sector informal;
- Baixos custos à entrada nos negócios encorajam o empreendedorismo, promovem a produtividade empresarial e reduzem a corrupção;
- Simplificação no lançamento de um novo negócio traduz-se na criação de maiores oportunidades de emprego.

## **CAPITULO III - ANÁLISE METODOLÓGICA E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

No presente estudo teve-se por base a análise socioeconómica de Angola, com especial atenção ao mercado emergente da cidade de Luanda no período posterior à guerra até à actualidade. A razão prende-se com o facto de se considerar a estabilidade política peça fundamental ao crescimento e desenvolvimento da actividade empresarial, marcando o início de um processo de liberalização económica e a aposta no sector privado como motor da economia.

Este capítulo é compreendido por uma primeira secção que se refere à descrição do método utilizado para abordar a temática, o universo da análise, a forma como a amostra foi construída e por fim um sumário sobre o questionário efectuado base das entrevistas levadas a cabo neste trabalho. Numa segunda secção apresentam-se os resultados das entrevistas realizadas.

### **3.1. Análise Metodológica**

#### **3.1.1. O Método**

O método utilizado para a concretização do objectivo da investigação, conhecer as relações que se estabelecem entre o mercado formal e informal no

exercício das actividades comerciais emergentes no mercado de Luanda, foi o seguinte:

- 1) Definição e análise do conceito do empresário e a sua contextualização no mercado Angolano tendo em consideração factores de ordem histórica, económica, cultural e social;
- 2) A análise centra-se num período de estabilidade política e de crescimento da economia angolana;
- 3) A partir de uma amostra de empresários, analisam-se as dificuldades sentidas pelos empresários, a forma como as actividades comerciais se estabelecem e as relações que têm com a informalidade, vantagens e desvantagens destas relações, as opiniões quanto ao mercado actual, falhas e ineficiências versus oportunidades e potencialidades e as expectativas quanto ao futuro;
- 4) Por fim, análise dos resultados obtidos nas entrevistas levadas a cabo de forma a poder concluir sobre a importância das actividades informais como meio de assegurar as actividades formais. Em que aspectos, em que medida e com que frequência. Pretende-se dar uma abordagem mais clara e conhecedora dos trâmites dos negócios realizados no seio da capital que, entre outros, fazem encarecer o produto ou serviço final. Baseando-nos nas opiniões dos empresários e nas suas experiências no exercício das suas actividades formais.

### **3.1.2. Universo da Análise**

A recolha dos dados baseou-se em entrevistas a gerentes de empresas privadas, de pequena ou média dimensão<sup>28</sup>, incidindo no sector do comércio e serviços. Geograficamente, o estudo centrou-se na cidade de Luanda. A amostra compreende empresários estrangeiros que efectuaram investimento privado em Angola e empresários de origem Angolana.

### **3.1.3. Construção da Amostra**

Devido à opção pela obtenção de qualidade nos resultados e não mera análise quantitativa das respostas, a escolha foi a realização de entrevistas presenciais. As mesmas tiveram por base conversas com os empresários, o anonimato restringiu-se ao tratamento posterior das respostas e inclusão dos resultados neste trabalho. A conversa permitiu obter opiniões que fundamentaram as respostas ao questionário padrão contribuindo para uma melhor compreensão dos resultados obtidos. No entanto, esta opção criou sérias dificuldades na obtenção de uma amostra razoável. Apesar disso considera-se estar reunida uma amostra suficiente para assegurar a credibilidade dos resultados. Foram realizadas 20 entrevistas sendo que para a

---

<sup>28</sup> Ver a definição de pequena e média dimensão já discutida nas páginas 33 e 34.

interpretação numérica apenas 15 foram validadas devido ao facto de não terem sido respondidas todas as questões enunciadas no questionário pondo em causa a comparação quantitativa.

#### **3.1.4. Questionário**

A estrutura do questionário que deu apoio às entrevistas realizadas baseou-se no seguinte:

1ª Secção: Recolha de dados sobre o empresário e tipo de actividade (sexo, idade, naturalidade, grau de escolaridade, tipo de actividade a que se dedica, exercício em conjunto com outras actividades ou não).

2ª Secção: Conhecer a relação entre a sua actividade formal e, se existentes, as actividades informais subjacentes (recorre a serviços ou fornecimento de produtos de forma informal na sua actividade empresarial, se sim, que tipo de produtos/serviços e quais as razões que o levam a recorrer a actividades informais)

3ª Secção: Análise do meio envolvente (que riscos considera emergirem da relação do seu negócio com actividades informais, quais as vantagens e desvantagens da manutenção de actividades informais, que políticas

governamentais considera importantes serem tomadas neste âmbito) e quais as expectativas quanto à realização de negócios no futuro.

### **3.2. Apresentação e Análise dos Resultados**

#### **3.2.1. Identificação dos empresários, a sua actividade e a experiência profissional**

##### **3.2.1.1. Identificação dos Empresários**

Foi intenção fazer uma distribuição equilibrada dos empresários entrevistados segundo o género no sentido dos resultados não ficarem influenciados pelo predomínio de um relativamente a outro.

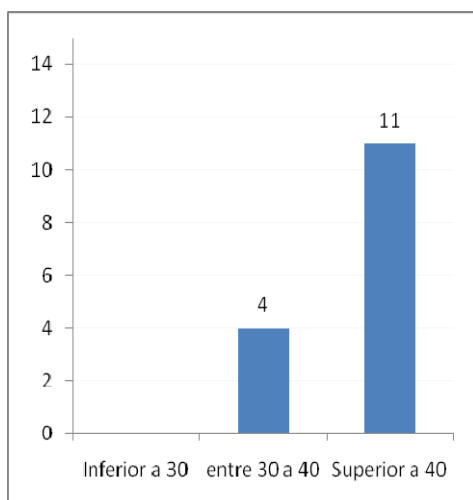
**Tabela 6 – Distribuição por género**

<b>Género</b>	<b>Número</b>
Feminino	7
Masculino	8

No tocante à classe etária dos empresários entrevistados, a idade superior a 40 anos foi a que teve maior peso ascendendo a 11 empresários. Apenas 4 dos entrevistados situavam-se no intervalo entre 30 a 40 anos de idade.



**Gráfico 3 – Distribuição por idade dos empresários**



A maioria dos empresários que participaram neste estudo tem nacionalidade angolana. Dos entrevistados 6 são estrangeiros no entanto a residir no país há alguns anos.

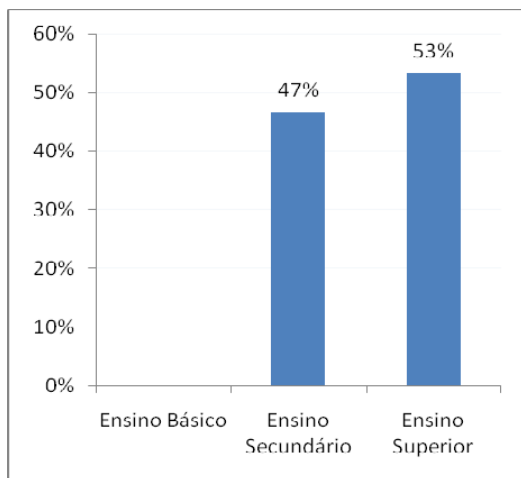
**Tabela 7 – Distribuição por tipo de cidadão**

Cidadão	Número
Angolano	9
Estrangeiro	6

No Gráfico 4 apresenta-se a distribuição por grau de escolaridade: 53% dos empresários entrevistados tem o grau de ensino superior contra 43% que completaram o ensino secundário. Dos entrevistados que têm o grau de ensino superior 4 são estrangeiros e outros 4 são nacionais. Relativamente ao ensino

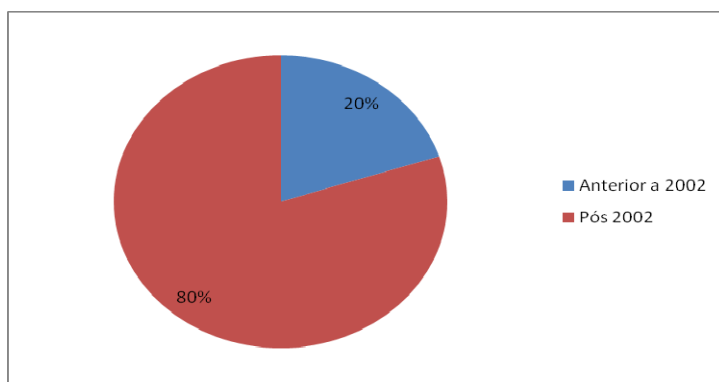
secundário, dos entrevistados 2 são estrangeiros e 5 são nacionais. Ou seja, o número de entrevistados estrangeiros licenciados foi superior ao número de estrangeiros sem licenciatura. O mesmo não aconteceu com os entrevistados de nacionalidade Angolana.

**Gráfico 4 – Distribuição por grau de escolaridade**



No tocante ao início de actividade dos empresários, marcado pelo registo da empresa formal, 80% dos entrevistados registou o seu negócio após o ano 2002, ou seja, posterior ao fim da guerra em Angola, altura em que se iniciou um período caracterizado pelo estímulo à iniciativa privada e estabilidade política. Apenas 20% já detinha o seu negócio antes de 2002, tendo experimentado o período da guerra civil angolana. Para este grupo de empresários, foi necessária a adaptação da sua actividade ao longo do tempo para fazer face às necessidades preeminentes da população.

**Gráfico 5 – Distribuição por ano de início de actividade**



Por fim, considerou-se relevante questionar os empresários relativamente ao número de trabalhadores regulares da empresa. Os resultados obtidos encontram-se descritos na tabela 8. O intervalo entre 10 a 30 trabalhadores foi o que teve maior peso, respondendo afirmativamente 47% dos entrevistados. Por trabalhadores regulares entende-se todo o pessoal contratado para assegurar tarefas comuns dentro das empresas e registado para o efeito, pelo que não é de incluir a mão-de-obra esporádica ou temporária, com o objectivo de fazer face a certo tipo de tarefas que embora possam ser conhecidas e/ou regulares do negócio, o pessoal é contratado informalmente. Neste caso, não há qualquer registo, nem obrigações por parte do empresário além da remuneração horária ou por tarefa acordada entre ambos.

**Tabela 8 – Número de trabalhadores regulares**

<b>Número trabalhadores</b>	<b>%</b>
Trabalho sozinho	0%
Inferior a 10 trabalhadores	27%
Entre 10 a 30 trabalhadores	47%
Entre 31 a 50 trabalhadores	27%

Devido a um certo grau de precariedade do trabalho exercido de forma informal, as faltas e incumprimentos de prazos ou horários são comuns por parte deste tipo de mão-de-obra. No entanto, a oferta de mercado permite a substituição rápida por outro trabalhador informal.

### **3.2.1.2. Tipo de actividade**

As entrevistas levadas a cabo no desenrolar do trabalho incidiram em dois sectores de actividade: o sector dos serviços e o sector do comércio (com uma representatividade de 50% cada sector). Na área dos serviços podemos especificar serviços de consultoria e de apoio a outras empresas em geral. Recentemente, a área dos serviços tem tido um crescimento bastante forte consequência das necessidades preeminentes das empresas que têm surgido nos últimos anos. São serviços secundários e de apoio às actividades empresariais, sem os quais não seria possível o crescimento destas. No âmbito do comércio a diversidade do produto foi mais abrangente, desde produtos

alimentares, materiais e utensílios para casa ou automóvel, máquinas de uso específico para actividades comerciais, com fins de revenda ou venda directa ao consumidor final. Esta é uma actividade com bastante peso no mercado angolano principalmente na área do *import-export*, uma vez que devido à fraca capacidade de produção interna do país muitos negócios baseiam-se na importação de produtos para venda no seu interior, sendo a maior parte dos fornecedores do produto principal oriundos de mercados estrangeiros.

### **3.2.1.3. Localização**

Luanda, capital da República de Angola, alberga grande parte da população do país. É nesta província que se concentram grande parte dos investimentos empresariais, as oportunidades de emprego, as infra-estruturas, os serviços sociais entre outros.

Apesar das concessões da indústria petrolífera estarem espalhadas em vários pontos estratégicos do litoral do país, sendo os principais Luanda, Soyo, Cabinda e Lobito, a capital continua a ser o local onde os centros de controlo e gestão se localizam. O mesmo sucede com o sector bancário, as agências têm proliferado pelas províncias devido ao aumento da concorrência no sector e as iniciativas ligadas à interiorização, no entanto o centro de decisão continua a manter o seu foco na capital.

Foi nesta cidade que as entrevistas decorreram, em especial nas sedes das empresas junto dos seus gerentes. A localização da actividade dos empresários entrevistados dá-se essencialmente no centro da cidade ou arredores.

Luanda nos últimos anos tem vindo a alargar o seu território de operacionalidade, com a construção de vias de circulação para pontos fronteiriços como a cidade de Viana, ou zonas relativamente periféricas como a zona do Cacucaco (a norte), Palanca, Talatona e Benfica (a sul).

Apontam-se algumas razões que levam a que a actividade desenvolvida se restrinja à capital em sentido amplo e que se prendem essencialmente com o transporte, como sejam:

- Segurança;
- Confiança nos contactos;
- Distância;
- Condições climáticas;
- Pessoal técnico especializado.

Ao nível da segurança, são apontados essencialmente a ocorrência de furto e desvio dos produtos aquando do transporte dos mesmos para o destinatário.

O estabelecimento de contactos presencialmente ainda é um facto importante nas relações comerciais, a relação directa com o revendedor estreita a relação de confiança nesses mesmos contactos. Isto é, o destinatário dos produtos, normalmente o revendedor, por se localizar numa outra província mais distante, não permite uma negociação directa (cara a cara) fazendo aumentar o risco de insucesso no negócio. Por outro lado, as raízes criadas na cidade e o seu modo de vida cosmopolita atenuam as existentes na província. As relações humanas de desconfiança próprias das metrópoles contrapõem-se às relações familiares e comunitárias tradicionais das províncias. No entanto, o desenraizamento e a mudança de modo de vida, fruto da instabilidade política e ocorrência das guerras, levaram a que a população passasse a associar a capital ao trabalho e a província à visita à família.

A distância é uma das variáveis bastante apontada pelos empresários como factor negativo para o alargamento dos horizontes territoriais do seu negócio. Não só devido à distância quilométrica mas essencialmente às condições de transporte nas vias terrestres (por estrada ou através dos caminhos de ferro). O transporte aéreo não é uma alternativa devido ao elevado custo, por outro lado, o marítimo limita-se ao litoral do país sendo que os portos estão associados a uma série de procedimentos burocráticos que condicionam a sua utilização a locais essencialmente de importação de produtos, viaturas e maquinaria e exportação do petróleo.

O país tem feito um esforço de reconstrução de estradas e novas vias de circulação que aumentem a acessibilidade da cidade de Luanda a outras capitais de província, no sentido de poder escoar produtos produzidos no interior do país (essencialmente agrícolas) para o centro urbano, assim como a distribuição de produtos importados que chegam ao país através dos portos das grandes cidades.

Outro factor que agrava o transporte dos produtos é a necessidade de viaturas de transporte e acondicionamento apropriado que a distância e as condições climatéricas obrigam. A estação das chuvas com temperaturas elevadas inicia-se em meados de Novembro e estende-se até Abril. A manutenção das viaturas de transporte e o acondicionamento de produtos frescos ou congelados é recorrente, com elevados custos, acelerando a vida útil do imobilizado das empresas.

Por último a falta de disponibilidade de pessoal especializado para a condução de camiões de longo percurso. Pessoal de confiança e experiente. Todos os factores acima assinalados determinam o custo do transporte dos produtos dentro do país que por sua vez os encarecem para o consumidor final. Os empresários cientes da existência destas variáveis acabam por restringir o seu negócio à cidade de Luanda e arredores.



#### **3.2.1.4. Experiência Profissional**

A maioria dos inquiridos iniciou o negócio por já deter experiência no sector de actividade, quer como proprietários ou como trabalhadores para uma outra empresa do ramo.

A constatação da necessidade do produto ou serviço no mercado foi um factor apontado como uma oportunidade do seu negócio. Logo, embora de modo informal os investidores relevaram a importância de conhecer o mercado, os concorrentes, as necessidades dos clientes, as condições da negociação antes de iniciarem o seu negócio.

Algo importante a realçar é o facto das situações descritas estarem associadas a empresários que iniciaram o negócio no período pós-guerra (a partir de 2002). Para as actividades iniciadas antes deste período, a origem do negócio é familiar, passando de geração em geração. No entanto, também nestes casos houve necessidade de ajustamento das suas actividades ao contexto pós-guerra, de mais concorrência, mais exigência dos consumidores e satisfação das necessidades emergentes. Ajudaram, a experiência no mercado, as relações pré-estabelecidas e os contactos adquiridos.

### **3.2.2. O estabelecimento de relações híbridas**

#### **3.2.2.1. Definição de informalidade**

Considerou-se relevante introduzir o tema ao entrevistado através da definição de informalidade, ou melhor, a noção que cada um tem do que considera ser a informalidade nos negócios. A totalidade dos inquiridos considerou como condições necessárias para a definição de formalidade do seu negócio, o registo do início da actividade e procedimentos legais associados à constituição de uma empresa, passar facturas e cumprimento das obrigações fiscais. Foi adicionalmente referida a necessidade de inscrição dos trabalhadores nos serviços competentes.

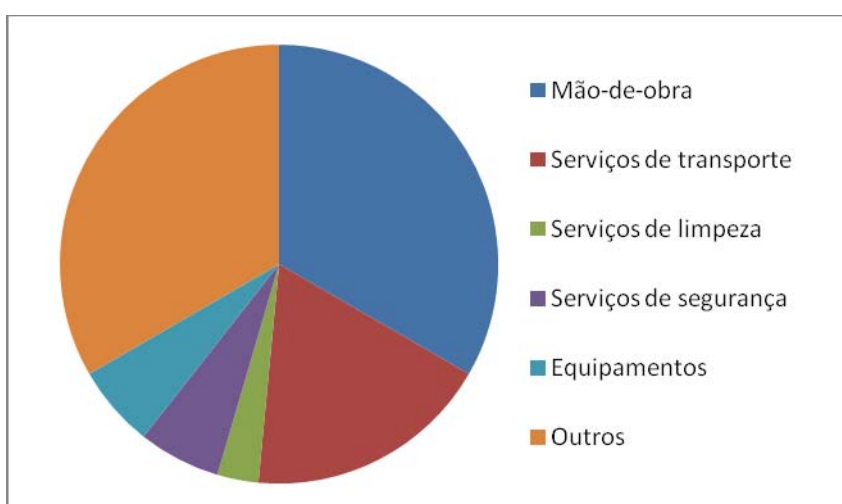
Embora a noção de informalidade possa ter sido associada à corrupção pela maioria dos inquiridos no início das entrevistas ao longo do desenrolar das conversas a sua definição passou a estar associada ao *esquema*, algo mais institucionalizado e que por vezes pode acelerar processos que devido à burocracia excessiva e corrupção não avançam por si só.

#### **3.2.2.2. Natureza, quantidade e peso dos serviços ou produtos informais na actividade**

A totalidade dos inquiridos assumiu recorrer a serviços ou produtos adquiridos de forma informal no decorrer da sua actividade empresarial, sendo que 67% afirma que recorre mas de modo esporádico e os restantes com frequência ou com carácter de regularidade. Relativamente ao número de serviços/produtos adquiridos, num intervalo de variação entre 1 a mais de 5 tipos de produtos/serviços, a maioria informou que em média adquire 1 ou 2 tipos de serviços/produtos diferentes, 14% admite situar-se num intervalo entre 3 e 5 e apenas um entrevistado informou que adquiriria em média mais de cinco tipos de serviços/produtos no mercado informal.

Relativamente à natureza dos serviços/produtos, o Gráfico 6 demonstra as principais áreas em que os empresários recorrem à informalidade.

**Gráfico 6 – Natureza dos serviços/produtos informais**



Nota: Incluem-se em 'Outros', os consumíveis da actividade corrente e acessórios, serviços de fornecimento de água ao domicílio por camiões cisterna, produtos e equipamentos de construção e reparação em instalações, serviços de consultoria e serviços de despachantes alfandegários.

Relativamente à natureza dos mesmos, a mão-de-obra em geral é o tipo de serviço que mais se enquadra no mercado informal (enfatizado por 74% dos inquiridos), por diversas razões.

Para serviços de descarga de produtos quer nos portos marítimos quer junto dos estabelecimentos, uma vez que ainda não é possível prever com exactidão quais as efectivas necessidades e o momento exacto, a possibilidade de se recorrer a pessoal não especializado, mas habituado a executar este tipo de serviços esporádicos, sem formalização contratual permite às empresas ajustar o serviço às suas necessidades sem grandes custos.

As importações de Angola chegam maioritariamente via marítima, os navios acumulam à volta dos portos de chegada (bem visível da cidade de Luanda) e aguardam para poder descarregar. Alguns empresários optam por ter um despachante (como alguém que facilita o processo de entrada e descarga no porto) que possa assegurar o cumprimento dos procedimentos associados à importação.

Os consumíveis da actividade corrente, acessórios ou equipamentos complementares, produtos associados à manutenção e reparação dos edifícios e interiores de escritórios, são também apontados por 64% dos inquiridos como falta no mercado não só em quantidades (evidente rotura de stocks), mas também na variedade (difícilmente se consegue exactamente o produto na cor ou modelo que se procura) e na qualidade desejada. 40% dos inquiridos

menciona a fraca oferta de serviços de transporte, pouca acessibilidade e elevado custo associado.

Importa referir que um dos serviços que as empresas ainda têm que recorrer com alguma frequência é o fornecimento de água que se faz por camiões cisterna no interior da cidade. Este recurso é fundamental, devido aos constantes cortes de fornecimento de água da rede pública, encarecendo este recurso. Alguns bairros da cidade, nomeadamente os mais desfavorecidos, ainda não têm sistemas de saneamento e condutas de água pelo que a população tem de recorrer a esta forma de abastecimento a um custo consideravelmente mais elevado do que se adquirido através do serviço público.

Com menos representatividade surgem os serviços de segurança e equipamentos especializados. Já existem no mercado algumas empresas especializadas em serviços de segurança, no entanto os factores qualidade e preço levam a que os empresários prefiram utilizar os seus contactos para conseguir um ou dois seguranças para os escritórios ou armazéns (foi referido que não existe diferenciação ao nível da qualidade quer se recorra a uma empresa especializada ou não, no entanto existe uma grande diferenciação no custo do serviço muito mais elevado se for prestado por uma empresa).

A maioria dos inquiridos informou que o peso deste tipo de serviços no total dos custos da actividade corrente é inferior a 5%, no entanto 20% estimou situar-se entre 5% a 10%.

Quando questionados quanto às razões que levam à utilização dos serviços/produtos adquiridos de forma informal, 87% dos inquiridos afirmou ser a única forma de satisfazerem as necessidades do seu negócio, 67% informou que apesar de conhecerem alternativas, preferem utilizar o serviço informal por ser mais acessível, mais célere desde o primeiro contacto até à efectiva prestação e mais adaptado às necessidades do seu negócio. No entanto, reconhecem que a satisfação quanto à utilização dos produtos/serviços informais é média-baixa (os bons serviços informais exigem que se tenham muito bons contactos ou experiência neste mercado), sendo que o mercado formal não dá evidências de superioridade em termos de qualidade. Os resultados são expostos na Tabela 9 apresentada abaixo.

**Tabela 9 – Razões dos empresários**

<b>Razões para recorrer à informalidade</b>	
Razões fiscais	0,0%
Única forma de satisfazer as necessidades do negócio	86,7%
Inexistência no mercado formal do serviço/produto específico	26,7%
Mais acessível e mais eficiente no mercado informal	66,7%
Mais variedade de produtos	0,0%
Uma questão de preço	0,0%
Porque sempre fiz assim no passado não me interessa mudar	0,0%

No que diz respeito aos riscos associados à utilização do mercado informal por parte das empresas, ou seja, o estabelecimento de relações

híbridas acarreta alguns riscos, dos quais são apontados o facto de eventualmente não se ficar satisfeito com o serviço/produto adquirido e não haver garantias após a compra, o risco de ser enganado e o não cumprimento dos prazos estabelecidos. Quando questionados sobre a possibilidade de envolvimento em situações de corrupção ou de queixas por concorrentes ou trabalhadores, 40% dos entrevistados prontamente replicou considerar que em Luanda este tipo de risco é baixo uma vez que é comum à maior parte das empresas e que está institucionalizada na actividade empresarial.

Importa ainda referir que o facto de não serem cumpridos os prazos estabelecidos com este tipo de fornecedores não implica a que as carências não sejam rapidamente satisfeitas por outro fornecedor informal, bastando para tal ter uma carteira de contactos que permita a essa substituição, uma vez que existem em grande número e são acessíveis.

60% dos entrevistados estava disposto a recorrer a uma alternativa formal para o fornecimento de certo tipo de serviços/produtos se a mesma surgisse, no entanto, 40% afirmou que essa mudança dependeria de alguns factores nomeadamente o preço.

O mercado de Luanda ainda tem fraca oferta de serviços de transporte, equipamentos especializados e serviços de assistência técnica, com menos expressão o mobiliário e os serviços de segurança. De um modo geral os entrevistados referiram-se à fraca variedade e quantidade de produtos/serviços disponíveis no mercado, assim como à celeridade de obtenção dos mesmos

junto dos fornecedores, a constante rotura de stocks influencia a capacidade de resposta das suas empresas. Muitas vezes optam por adquirir na concorrência para poder satisfazer o seu cliente mais rapidamente.

### **3.2.2.3. Relações com clientes e fornecedores**

Uma das questões colocadas aos empresários no estabelecimento da relação com os clientes e os fornecedores é o facto de saber se questionam previamente, no momento da contratação/negociação, se os mesmos passam factura ou se pretendem factura. A maioria referiu que este tipo de perguntas não faz parte das informações necessárias para se estabelecer a relação comercial, e muito menos rejeitar um fornecedor pelo facto do mesmo não passar factura. Existem algumas formas dos empresários poderem assegurar a justificação do custo em que incorrem (declarações redigidas para efeitos de serviços de independentes, substituição de algumas facturas da mesma natureza de custo, etc.). No tocante aos clientes, foi unânime, a factura é passada e registada na contabilidade mesmo que o cliente não tenha intenção de a receber.

Relativamente à origem dos fornecedores e/ou clientes que têm conhecimento que actuam de forma informal, os empresários tiveram conhecimento dos mesmos através de contactos de amigos ou familiares (60%



dos inquiridos) e/ou através de contactos profissionais (54%). Nenhum contactou ou foi contactado pela via da publicidade.

A rede de contactos é fundamental para que se possam estabelecer relações híbridas de confiança, tradição e eficientes. A garantia do fornecimento informal tem tendência a crescer com a tradição da relação com o contacto. A regularidade da prestação do serviço leva à confiança na satisfação e superação dos normais problemas associados ao não cumprimento de prazos, faltas, etc. A relação híbrida profissional não é dissociada da relação pessoal.

#### **3.2.2.4. Actividades secundárias ou complementares**

Fruto das características do mercado, os entrevistados foram questionados relativamente a outras actividades de que disponham em simultâneo com a actividade principal. Como por exemplo, o fornecimento de produtos complementares ou serviços secundários. 67% dos inquiridos apenas dispõe de uma actividade, contra 33% que afirma ter outro tipo de negócios em simultâneo, enquadrados no mercado formal e que têm como objectivo complementar a sua actividade principal. A razão da sua origem prende-se essencialmente com necessidades evidenciadas pelos seus clientes e oportunidades que surgiram no mercado.

Como mencionado anteriormente, o mercado em Luanda evidencia a existência de empresários com diferentes negócios em simultâneo. Nas

situações em estudo, os diferentes negócios pretendem complementar-se para que o custo desses serviços se torne mais barato. A internalização de actividades surge assim como forma de satisfazer algumas necessidades do negócio principal ou de necessidades sentidas pelos seus clientes, como exemplo, os serviços de assistência técnica não só para a empresa como para clientes. Resultando, portanto, numa forma de formalizar um serviço que devido à sua escassez no mercado formal poderia ser facilmente prestado por algum dos contactos informais.

### **3.2.2.5. Contrariedades do mercado**

Por despesas confidenciais entendem-se os custos incorridos pela empresa para as quais a entidade não dispõe de documento justificativo válido, por não existir ou porque pretende que a natureza destes custos não seja conhecida por terceiros. Na prática as despesas confidenciais, enquanto rubrica da contabilidade das empresas, podem abarcar inúmeros tipos de pagamentos feitos por estas como sejam, as conhecidas *gasosas*<sup>29</sup>, as comissões atribuídas a intermediários, os pagamentos a consultores<sup>30</sup>, os pagamentos a *facilitadores*<sup>31</sup> ou despachantes entre outros.

---

<sup>29</sup> Expressão utilizada para referir pagamentos ilícitos adicionais ao custo de determinado serviço ou produto exigido pelo vendedor ou prestador em benefício de celeridade, facilidade, acessibilidade, etc., e que pela sua natureza os valores não são incluídos nos documentos contabilísticos (facturas, notas de débito, etc.).

<sup>30</sup> Os consultores aqui referidos tratam de auxiliar a empresa em processos pendentes com os serviços públicos, por exemplo, finanças, segurança social, polícia económica, etc., e são normalmente prestados por funcionários do Estado experientes nas matérias e que trabalham nos próprios organismos e que mantêm avenças mensais com empresas.

Dos entrevistados, 20% afirmou que o peso das despesas confidenciais nos custos totais incorridos pela empresa é superior a 10%, no entanto, 34% afirmou que as despesas confidenciais não chegam a representar 10% e outros 34% não quantificaram afirmando ser insignificante.

Quanto ao futuro desta rubrica, a maioria afirmou que não prevê que haja alteração nos próximos anos devido ao facto destes pagamentos estarem há muito institucionalizados na sociedade e embrenhados nos serviços públicos. Por outro lado os mais optimistas, afirmaram que diminuirá no futuro mas ainda levará muito tempo uma vez que é um problema cultural. Só a passagem de geração poderá permitir a mudança através de mais formação e investimento na educação de qualidade. O desenvolvimento do país através de uma mão invisível fará a restante parte do esbatimento do tipo de pagamentos referido.

#### **3.2.2.6. Expectativas quanto ao futuro**

No tocante às expectativas dos empresários quanto ao acto de fazer negócios no futuro, a percepção dos mesmos é que haverá tendência para aumentar a concorrência fruto do desenvolvimento do mercado e aumento das exigências dos clientes e população em geral.

---

<sup>31</sup> Pessoas que não estando registadas de forma formal executam certo tipo de serviços normalmente associados a processos burocráticos junto de serviços públicos como repartições de finanças, registo civil, licenciamentos, serviços de estrangeiros e fronteiras, etc., com o objectivo de facilitar a obtenção rápida de documentos, registos, etc. Esta expressão também pode ser associada à consultoria dada em processos de aprovação de concursos de fornecimento de bens, obras, serviços, que se traduz na comissão paga pelo sucesso no concurso.

Cada vez mais são instaladas empresas novas em Luanda e o investimento estrangeiro também tem potenciado o crescimento da actividade empresarial aumentando e diversificando a oferta, pelo que será mais fácil encontrar o produto ou serviço que se pretende sem recorrer aos contactos informais e desse modo a sua própria actividade será facilitada.

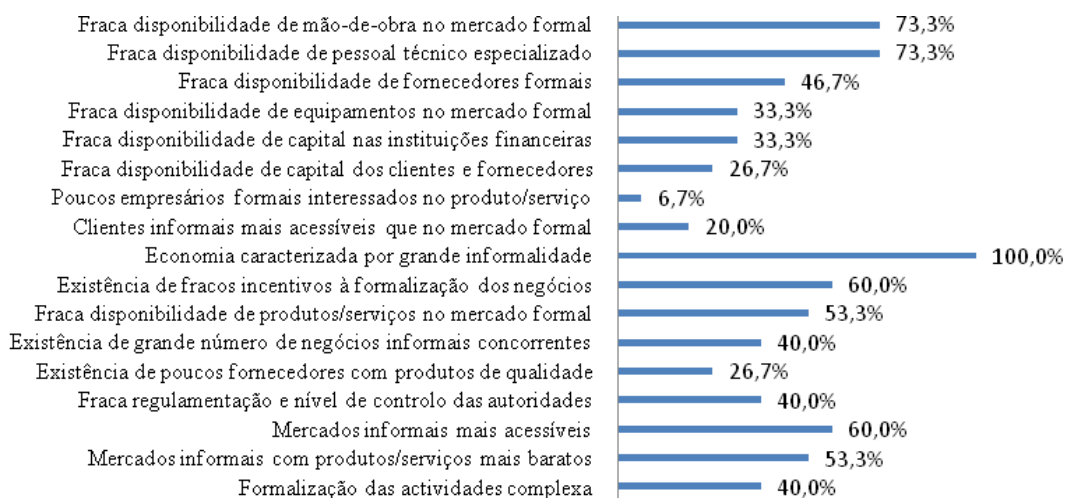
Relativamente à regulação do mercado empresarial, a percepção é a de que existem leis suficientes para regular o mercado, arrecadar os impostos, criar as condições necessárias para o seu desenvolvimento. A questão não é a quantidade de leis nem mesmo a sua qualidade, mas sim a distância entre a teoria e a prática. O sistema não está em pleno funcionamento e é constantemente deturpado em prol de alguns. Os empresários não são optimistas quanto à corrupção. Eles contam que uma mudança nas instituições leve muito tempo pois é algo que está disseminado. Por outro lado, também foi apontada a questão salarial da administração pública. Os salários baixos promovem a corrupção dentro do sistema, o que se traduz na compensação monetária adicional ao salário que passa a ser custo do empresário (nas inspecções, por exemplo).

Como nota adicional, releva-se o facto de para os empresários que iniciaram o seu negócio antes de 2002, notou-se alguma dificuldade em dissociar o tema da corrupção da sua percepção do que é o mercado informal, o que levou inicialmente a uma certa retracção nas respostas.

### 3.2.3. O meio envolvente

Existem muitos factores do meio envolvente que podem influenciar o estabelecimento de relações híbridas no decorrer da actividade empresarial. Segundo certas características do mercado de Luanda os empresários vêm-se obrigados ou optam por recorrer à informalidade com o fim de satisfazer as suas necessidades. No Gráfico 7, apresentado seguidamente, são indicados os resultados das potenciais influências na tomada de decisão dos empresários.

**Gráfico 7 – Influências do meio envolvente que determinam as decisões**



Sobre os valores indicados acima, importa tecer os seguintes comentários:

- Os empresários são unânimes em afirmar que o mercado em Luanda é caracterizado por um elevado nível de informalidade, tornando-se quase impossível, por enquanto, não estabelecer relações com este mercado;

- A mão-de-obra de qualidade ainda não está acessível no mercado formal, devido à sua escassez e concorrência no recrutamento, e ainda porque perde-se muito tempo a seleccionar e contratar um trabalhador. O mesmo acontece com o pessoal especializado em tecnologias ou áreas específicas da empresa. Falta dinamismo no sector dos recursos humanos que permita uma relação estável e duradoura entre os trabalhadores e os empresários. A fraca qualidade da mão-de-obra leva a que os pequenos empresários optem pela não formalização laboral, permitindo a sua substituição rápida em caso de não ficar satisfeito com a prestação. No entanto, a instabilidade laboral é crescente e pode levar à rotura das funções. As empresas preferem assim, aumentar em quantidade de forma a poder cobrir dar certo padrão de resposta ao cliente;
- Os mercados informais ainda continuam com um nível de acessibilidade favorável bastando para tal ter os contactos certos. As negociações são directas, fáceis e flexíveis, permitindo uma maior adaptação às necessidades dos empresários;
- Ainda existe a percepção de que, na prática, os incentivos à formalização dos negócios são reduzidos. Foram feitos esforços pelo Governo de forma a simplificar os processos de registo, como anteriormente mencionado e relevado pelo indicador do Banco Mundial – *Doing Business* – no entanto, os pequenos empresários ainda os classificam de burocráticos e custosos. A formalização das actividades ainda continua complexa, os requisitos a

cumprir são difíceis de pôr em prática, uma vez que os empresários consideram existir uma série de requisitos extra, instituídos e que fazem parte do sistema mas sem referência na lei. Os requisitos de constituição de uma empresa foram reduzidos mas existem uma série de outros procedimentos que os empresários têm que cumprir e que continuam a levar tempo e dinheiro (o factor tempo é bastante relevante neste ponto, uma vez que o cumprimento das obrigações fiscais é feito presencialmente, as formas de pagamento ainda estão muito pouco diversificadas e pode haver entendimentos diferentes consoante a área fiscal do domicílio das empresas. Estas situações obrigam a disponibilização de pessoal para o cumprimento de obrigações fiscais, parafiscais, certificação dos meios de pagamento junto dos bancos, os depósitos nos balcões, etc.);

- Fraca disponibilidade de produtos e serviços no mercado formal, apesar de ter sido referido que houve nos últimos 2 – 3 anos um crescimento notável da oferta no mercado. No entanto, ainda muito há a crescer ao nível da quantidade, qualidade e diversidade.
- Relativamente ao preço dos produtos/serviços informais não se pode afirmar que o preço seja efectivamente mais barato. O que está em causa, e que agrada aos empresários, é a capacidade de negociação, o ajuste nas quantidades e prazos acordados. Por outro lado, existem alguns pontos negativos como falaremos mais adiante.

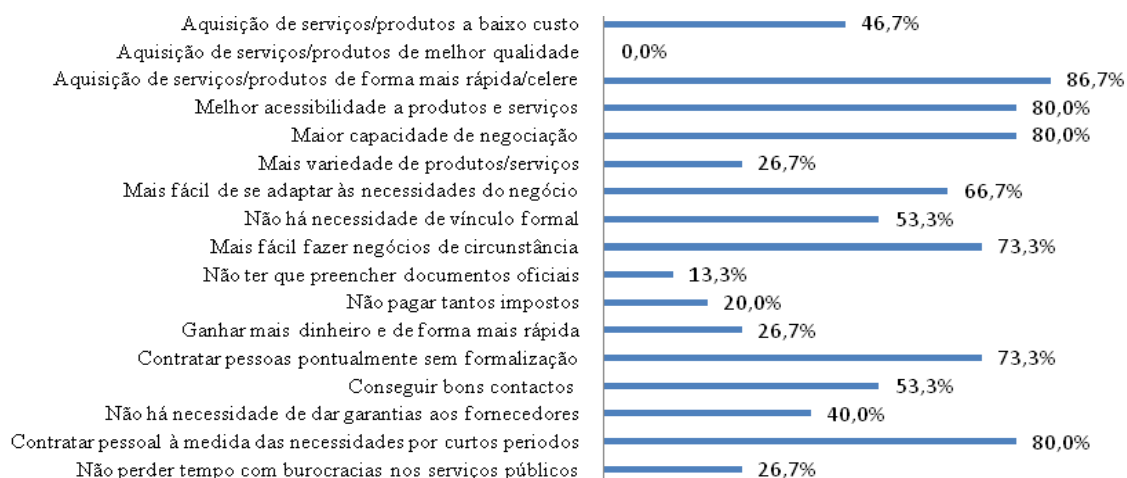
### **3.2.4. Vantagens e desvantagens da informalidade nos negócios**

A informalidade como vimos está embrenhada nas relações comerciais que se estabelecem diariamente na cidade de Luanda. Mais ou menos evidentes, as transacções efectivam-se em todos os sectores de actividade. Contudo esta informalidade reveste-se de uma complexidade que exige decisões acertadas a todo o momento da vida de uma empresa que opera em Luanda. Os empresários deparam-se com a necessidade de decidir de forma correcta segundo o contexto do mercado? Reconhecem vantagens e desvantagens de recorrer ao mercado informal, isto é, criar relações com a rede informal que existe por si só na actividade empresarial. Registadas ou não, elas têm grande expressão no mercado e são garantia de sobrevivência para muitas famílias.

Apresentam-se abaixo nos Gráficos 8 e 9 os resultados de uma análise de prós e contras sobre o estabelecimento de relações híbridas de acordo com as decisões efectivas e experiência dos empresários entrevistados.



## Gráfico 8 – Vantagens de recorrer à informalidade



Relativamente às vantagens de recorrer à informalidade, segundo as entrevistas, indicam-se alguns pontos relevantes:

- Destaca-se como principal vantagem o facto do fornecimento dos produtos e a prestação dos serviços obtidos de forma informal serem mais rápidos na sua concretização e por conseguinte, ter uma mais célere capacidade de resposta às necessidades emergentes. Ou seja, 86,7% dos empresários reconhecem que o tempo que medeia o primeiro contacto até à satisfação da sua necessidade é através do mercado informal mais curto do que se contratarem o mesmo produto/serviço no mercado formal. Como exemplos, as situações de contratação de pessoal temporário ou para situações esporádicas e repentinas, aquisição de algum tipo de produtos ou material da actividade corrente ou assistência técnica nas instalações;
- São vantagens reconhecidas por 80% dos entrevistados, (i) a questão da acessibilidade aos produtos e serviços, bastando para tal ter os contactos

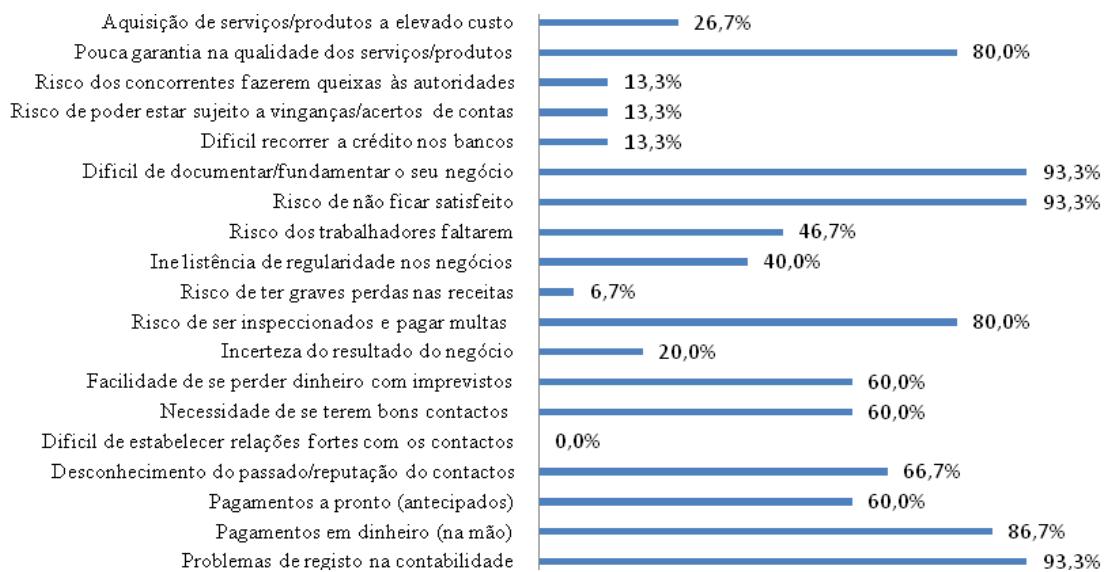
certos; (ii) a maior capacidade de negociação com os fornecedores uma vez que no mercado formal o preço já está fixado e visto a concorrência ser fraca e o stock reduzido, o fornecedor é intransigente em dar descontos; e (iii) o facto de se poder contratar pessoal de acordo com as necessidades da empresa e por períodos pequenos evitando ter que elaborar um contrato de trabalho, inscrever o trabalhador nos serviços competentes, pagar os impostos respectivos e assumir as responsabilidades de entidade empregadora (a formalização da relação laboral);

- 73,3% dos inquiridos informou que é uma vantagem considerável o facto de se poder fazer negócios de circunstancia, isto é, usufruir de alguma oportunidade conseguida através de um contacto sem que seja necessário perder tempo em investigar as condições de mercado. Entrar e sair de negócios sem formalidades prévias, sem ser necessário dar garantias e com baixas responsabilidades. Nestas situações a confiança no contacto é a peça basilar do sucesso da transacção;
- Relevante ainda (com 66,7%) é a questão da adaptação dos produtos e serviços informais às necessidades do empresário, ao nível de quantidades, dimensões, prazos, etc. Tudo é possível vender, é uma questão de negociação das condições;
- Relativamente à qualidade, sem dúvida, não é uma característica dos produtos/serviços informais. Adicionalmente, os empresários ao compararem estes últimos com os substitutos no mercado formal não

consideram que haja nível de qualidade diferenciado. Ou seja, a fraca qualidade é uma característica transversal ao mercado de Luanda.

Apesar de se destacarem algumas vantagens no estabelecimento de relações híbridas, existem, por outro lado, certas desvantagens e que podem ter um impacto forte na actividade empresarial. Pelo que os pratos na balança devem ter em conta todos os factores de forma a conseguir jogar entre os recursos disponíveis e o serviço/produto que se pretende vender.

### Gráfico 9 – Desvantagens de recorrer à informalidade



Segundo os resultados apresentados no Gráfico 9 podem destacar-se como riscos elevados (reconhecidos pelos empresários e que obtiveram um peso igual ou superior a 80%) os seguintes:

- (i) dificuldade de documentar a actividade e conseqüentemente o registo na contabilidade, que pode trazer dificuldades quando a empresa pretende recorrer a créditos junto de instituições bancárias mas também em caso de inspecção das autoridades;
- (ii) o facto de os fornecimentos informais obrigarem a pagamentos em dinheiro e na mão, ou seja, não existem prazos de pagamento dilatados no tempo, as entregas dos salários (mais propriamente os pagamentos de serviços ou dos produtos), por exemplo, são feitas nos dias em que o pessoal trabalha, normalmente após a prestação do serviço de mão-de-obra; e,
- (iii) a questão da garantia na qualidade do serviço ou do produto. Nesta situação entendemos por qualidade a mínima indispensável para que o empresário possa ficar satisfeito, a qualidade necessária para a utilidade desejada. A garantia dada pelos fornecedores informais é muito baixa, na prestação do serviço exige-se que voltem a rever a situação inicial, com nova visita por exemplo, no tocante ao produto pode haver ou não negociação dependendo do grau de confiança no contacto, e o preço do produto em causa. No entanto, em geral a garantia não existe e a substituição do produto por outro similar também não favorece a situação.

Por outro lado, apresentam um risco baixo (não superior a 20% dos entrevistados):

- (i) a possibilidade dos concorrentes fazerem queixa às autoridades que está interligado ao risco de se ver envolvido em acertos de contas ou vinganças. O modo de ver a informalidade no mercado de Luanda pelos inquiridos é pela via de um sistema e modo de vida institucionalizado, de uma existência própria, pelo que consideram que o risco dos concorrentes fazerem queixa é muito reduzido uma vez que, na opinião dos mesmos, todos eles também recorrem à informalidade. Acertos de contas e vinganças não estão directamente relacionados com o mercado informal, pelo menos, da experiência adquirida pelos próprios;
- (ii) a dificuldade de obter créditos nos bancos surge na sequência da dificuldade de fundamentar o negócio que terá tendência a crescer com o aumento do peso das relações híbridas no decorrer da actividade empresarial. No entanto, este ponto não se mostrou relevante para a maioria dos empresários. A actividade bancária e a diversidade de financiamentos e investimentos ainda estão em franca fase de desenvolvimento em Angola. Têm surgido novas instituições bancárias na capital e mais balcões para os bancos já existentes, aumentando a concorrência. Adicionalmente foi evidenciada a questão de o facto de se ter um bom contacto numa instituição bancária favorecer em muito as relações comerciais da empresa, pondo de parte os problemas de registo na contabilidade para aprovação de empréstimos; e ainda,

(iii) o risco de poder ter graves perdas nas receitas também não é significativo uma vez que o peso deste tipo de produtos/serviços em geral não é superior a 10% mas também porque se houver falha no fornecimento, como vimos, esta falta é rapidamente substituída por outro fornecimento informal (existem em grande número e estão acessíveis). O mesmo não se pode dizer para os produtos obtidos no mercado formal.

Importa ainda referir que apesar dos contactos informais serem irregulares, esporádicos, de circunstância, sem cumprimento de alguns procedimentos associados à formalização da relação, com estes é possível estabelecer relações fortes, de tradição e confiança que permitam influenciar, ainda que de forma precária, a garantia da prestação ou fornecimento do produto. Este facto é evidenciado pelo resultado de 0% no Gráfico 4.2.4.2.

## CONCLUSÕES

No início do presente estudo formularam-se duas proposições que serviram de base ao desenvolvimento do trabalho. Pretendeu-se perceber o que leva os empresários que actuam através de uma empresa formalizada a recorrer ao mercado informal, ou seja, como é feita a incorporação da informalidade no mercado formal. O contexto escolhido para a análise e a constatação dos factos foi o mercado luandense. Assim, foi definido o conceito de relações híbridas como os actos económicos que confrontam a empresa formal com a economia informal. As proposições tiveram como fim perceber a razão do estabelecimento destas relações híbridas, ou seja, saber se é uma relação natural caracterizada por um certo grau de dependência entre os dois mercados, ou, a informalidade é incorporada por ser uma necessidade da actividade empresarial consequência do contexto.

Neste sentido, tecem-se as seguintes conclusões:

1. A informalidade, alvo de análise neste estudo, é uma realidade no mercado luandense. Está disseminada e de certa forma institucionalizada pelos seus agentes. É conhecida e de fácil acesso para quem exerce uma actividade comercial. Abarca um certo número de actividades e veste o papel de apoio às empresas formais.
2. Os empresários através de uma empresa registada definem as suas decisões estratégicas de comprar e vender no contexto angolano confrontando

as alternativas formais e informais. Estas decisões têm por base a oferta de cada um dos mercados e as condições da transacção, como o preço, a qualidade, a acessibilidade, os prazos, a celeridade, a diversidade e as garantias.

3. Não restam dúvidas sobre a existência de relações híbridas, ou seja, os empresários recorrem à informalidade para satisfazer as suas necessidades e assim desenvolver a sua actividade. Os tipos de serviços/produtos em causa são a mão-de-obra, serviços de limpeza, serviços de transporte, equipamentos especializados, serviços de segurança entre outros.

4. As razões apresentadas para o estabelecimento destas relações são (por ordem decrescente de importância): (i) a única forma dos empresários satisfazerem as necessidades do seu negócio por ser mais adaptado à sua actividade; (ii) uma questão de melhor acessibilidade e celeridade no mercado informal (desde o primeiro contacto até à efectiva prestação/fornecimento); e ainda, (iii) o facto de não existir alternativa no mercado formal.

5. Pelo que, em certos produtos/serviços, existe uma dependência entre os dois mercados, uma vez que o formal ainda não está suficientemente maduro e desenvolvido para que possa satisfazer todo o tipo de necessidades dos empresários. A informalidade substitui de forma natural a fraca oferta formal ou pouco adaptada às exigências. Como acontece com a mão-de-obra, existe pessoal para trabalhar de forma formal e informal, mas para trabalhos temporários e específicos de certas actividades (serviços de descarga de



produtos, serviços de assistência técnica a equipamentos, serviços de limpeza, etc.) os empresários vêem-se obrigados a recorrer à informalidade.

6. Por outro lado, são as circunstâncias do mercado que levam ao estabelecimento de relações híbridas, é o próprio mercado que pressiona as decisões dos empresários. Os elevados preços praticados, a pouca diversidade de produtos, as baixas quantidades oferecidas, a fraca qualidade, a falta de stocks disponíveis e as garantias de manutenção ou substituição. Nos equipamentos de consumo corrente e serviços de manutenção de instalações estes factores são evidentes.

7. Não pode ser desprezado o facto do mercado luandense ser um contexto em crescimento e desenvolvimento ainda bastante determinado pela cultura angolana e tradição. A rede de contactos de que os empresários dispõem encerra em si uma confiança própria das sociedades tradicionais e familiares (uma forma de garantia). Grande parte da população que vive em Luanda migrou das províncias durante o período da guerra. Apesar de se assumirem luandenses, as suas origens estão ligadas às províncias e ao modo de vida pouco urbano. Uma camada jovem surge mais desligada das raízes familiares, com ideias de mudança e desprezando as situações institucionalizadas no sistema (os *esquemas*). Serão eles os gestores dos próximos anos.

8. Relativamente às vantagens e desvantagens de recorrer à informalidade, são apontadas como principais vantagens, a celeridade na obtenção do produto ou prestação do serviço e o facto de serem mais adaptados às necessidades dos

empresários; por outro lado, as desvantagens são, a dificuldade de se obter suporte documental das transacções realizadas para efeitos de registo na contabilidade e tomada de decisões, o risco de não ficar satisfeito e não ter garantias quanto ao produto, e também a obrigatoriedade por parte dos fornecedores dos pagamentos serem em dinheiro e a pronto.

Importa ainda sublinhar o facto de não ter sido possível, por disponibilidade de tempo, alargar o âmbito da amostra a outros sectores para permitir retirar conclusões sobre o grau de incidência da informalidade por sector, por exemplo. Muitas são as questões que surgem no decorrer deste estudo e que poderiam servir como pistas para futuros trabalhos, como sejam, conhecer aprofundadamente as determinantes do comportamento dos empresários para perceber se as mesmas são estruturantes ou conjunturais; as condições necessárias para ocorrer uma mudança de comportamento no mercado empresarial; o papel do Estado como promotor do desenvolvimento empresarial e envolvimento com a questão da informalidade existente; que políticas, que medidas e qual o tempo de resposta das mesmas por parte do mercado.

## BIBLIOGRAFIA

Adauta de Sousa (1998). *Sector Informal de Luanda: Contribuição para um Melhor Conhecimento*. Luanda.

Ahwireng-beng, F. (1995). "Instabilité politique et entrepreneurs" in Ellis & Fauré (1995), pp. 311-324.

Cacciamali, Maria C. (1983). *Sector Informal Urbano e Formas de Participação na Produção*. Tese de Doutoramento. Instituto de Pesquisas Económicas. S. Paulo.

Calado, José C. (1998). *A Emergência do Empresariado em Angola. Motivações e Expectativas*. Luanda Editora.

Copans, J. (1995) "Entrepreneurs et Enterprises dans l'Anthropologie et la Sociologie Africanistes" in Ellis & Fauré (1995), pp. 127-139.

De Bandt, J. (1995) "Sur léchec du modèle industriel subsaharienne", in Ellis & Fauré (1995), pp. 405-420.

De Miras, C. (1991). "L'informel: un mode d'emploi", in Lautier (1991).

Ducados, H. L. e Ferreira, M. Ennes (1998). O financiamento informal e as estratégias de sobrevivência económica das mulheres em Angola: a Kixikla no município de Sambizanga (Luanda). Documentos de Trabalho n.º 53, CEsa, Lisboa.

Ellis, S & Fauré, Y-A (1995). *Entreprises et Entrepreneurs Africains*, Paris: Karthala/ORSTOM.

Ellis, S & Fauré, Y-A. (2000). (dir), *Empresas e Empresários Africanos*. Lisboa. Edição Portuguesa: Editora Vulgata.

Fauré, Y-A. e Médard, J-F. (1995) “L’État-business et les politiciens entrepreneurs: néo-patrimonialisme et big-men, économie et politique”, in Ellis & Fauré (1995), pp. 289-309.

Friedmann, J. (1996). *Empowerment. Uma política de desenvolvimento alternativo*. Celta Editora. Oeiras.

Grassi, M. (1999). *Género e desenvolvimento em Angola: mulheres empresárias em Luanda e Benguela*. Grupo de Trabalho n.º 3, ISCTE, Lisboa.

Grassi, M. (1999). *Identidades Estratégicas para o Desenvolvimento da África-Subsahariana: o Género*. Brief Papers n.º 2/99, CeSA, Lisboa.

Grassi, M. (2002). O papel da mulher angolana no desenvolvimento do país. Tese de Mestrado em Estudos Africanos. ISCTE.

Grassi, M. (2007). Introdução teórica e metodológica ao projecto «Angola em Movimento: sociabilidades e trocas económicas informais». *Economia Global e Gestão*, dez. 2007, vol.12, no.3, p.9-22. ISSN 0873-7444.

Henry, A. (1995). “Entreprises modernes, entreprises métisses” in Ellis & Fauré (1995), pp. 175-186.

Hodges, Tony (2002). *Angola From Afro-Stalinism to Petro-Diamond Capitalism*. Oxford: James Currey and Indiana University Press.

Hopkins, G (1995) “Les entrepreneurs africains et le développement de l’Afrique. Une perspective historique.” in Ellis & Fauré (1995), pp. 37–51.

Hugon, P. (1995). “Les entrepreneurs africains et l’analyse économique” in Ellis & Fauré (1995), pp. 375–394.

International Monetary Fund (2009). *World Economic Outlook: Sustaining the Recovery*. October 2009.

Labazee, P. (1995) “Entreprises, promoteurs et rapports communautaires: Les logiques économiques de la gestion des liens sociaux” in Ellis & Fauré (1995), pp. 141-153.

Languerre, M. (1994). *The Informal City*. Macmillan Press Ltd. London.

Lautier, B. et al. (1991). *L' état et l'informel*. L'Harmattan, Paris 1991.

Lopes, Carlos M. (2004). *Candongueiros, Kinguilas, Roboteiros e Zungueiros. Uma digressão pela Economia Informal de Luanda*. VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Centro de Estudos Sociais, Faculdade de Economia, Coimbra.

Lopes, Carlos M. (2004). *Informalidade e Desenvolvimento: Algumas Pistas para Reflexão*. Conferência apresentada no Congresso Internacional África Camina, Barcelona.

Lopes, Carlos M. (2001). *O sector informal de Luanda e Maputo: contrastes e semelhanças*. Comunicação apresentada no III Congresso de Estudos Africanos no Mundo Ibérico, Lisboa.

Lopes, Carlos M. (2007). *Comércio informal, transfronteiriço e transnacional: que articulações? Estudo de caso no mercado de S. Pedro (Huambo) e nos*

*mercados dos Kwanzas e Roque Santeiro (Luanda)*. Economia Global e Gestão, dez. 2007, vol.12, no.3, p.35-55.

Mallin, S. (2009). "A non-formal look at the non-formal economy", *real-world economics review*, issue 49.

OCDE (2008). "Angola – African Economic Outlook". *Perspectivas Económicas em África*, pp 100-116.

Orçamento Geral do Estado. 2009. Luanda.

Organização Internacional do Trabalho (2002). *Relatório sobre o Trabalho Decente e a Economia Informal*. Conferência Geral da OIT, Genève.

Organização das Nações Unidas (1996). *Development du sector informel en Afrique*. New York.

Ozcan, G. B. (1995). *Small firms and local economic development: entrepreneurship in Southern Europe and Turkey*. Aldershot: Avebury 1995.

PNUD (2002). *Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Sector Micro e Pequeno Empresarial Angolano*. Governo de Angola.

PNUD (2003). *Relatório de Desenvolvimento Humano*. Trinova. Lisboa.

PNUD Angola (2004). *Relatório de Desenvolvimento Humano*. Luanda 2005.

PNUD Angola (2007). *Relatório Anual 2007*. Luanda 2008.

PNUD (2007). *Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008: Combater as Alterações Climáticas. Solidariedade Humana num mundo dividido*. 2007.

PNUD (2009). *Relatório de Desenvolvimento Humano 2009. Ultrapassar barreiras: Mobilidade e desenvolvimento humanos*. 2009.

Ponson, B. (1995). “Entrepreneurs africains et asiatiques: quelques comparaisons” in Ellis & Fauré (1995), pp. 99–104.

Rodrigues, C. U. (2006). *O Trabalho Dignifica o Homem. Estratégias de sobrevivência em Luanda*. Edições Colibri. Junho 2006.

Statter, G.F. (2000). “Introdução” in Ellis, S & Fauré, Y-A. (dir), *Empresas e Empresários Africanos*. Lisboa. Edição Portuguesa: Editora Vulgata.

Todaro, M. (1969). “A Model of Labor Migration and Urban Unemployment in Less Developed Country”. *American Economic Review*, Outubro 1969.

Tokman, V.E. (1978). “An Exploration into the Nature of Informal-Formal Sector Relationships”. *World Development* v.6, n.º 9/10, Outubro 1978.

Universidade Católica de Angola, Centro de Estudos e Investigação Científica. Relatório Económico 2009.

Vines, A. et al. (2005). *Angola. Drivers of change: an overview*. Chatham House, London.

World Bank (2008). *Doing Business 2009. A country profile for Angola*. The World Bank, Washington DC, USA.

World Bank (2008). *2008 World Development Indicators*. The World Bank, Development Data Group, Washington DC, USA.

### **Documentação Oficial**

Plano Nacional do Estado para o ano 2009. Luanda.

Proposta do Orçamento Geral do Estado para 2010. Luanda.

Programa Executivo do Governo de 2009. Luanda.

### **Revistas e Jornais**

Jornal Expansão, 26 de Junho de 2009.

Revista Exame, n.º 1, Dezembro 2009.



## **ANEXO**

Anexo 1 - Questionário de apoio às entrevistas

MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

## **QUESTIONÁRIO DE APOIO ÀS ENTREVISTAS**

TEMA: A INFORMALIDADE NO MERCADO FORMAL LUANDENSE

ENTREVISTADOS: EMPRESÁRIOS/GESTORES DE EMPRESAS

MERCADO: LUANDA, ANGOLA

PERIODO: ABRIL 2009 A JANEIRO 2010

Luanda, Janeiro 2010

## SECÇÃO I - DADOS SOBRE O EMPRESÁRIO, TIPO DE ACTIVIDADE E EXPERIÊNCIA

### 1 DADOS SOBRE O EMPRESÁRIO

Sexo F  M   
Idade <30  30-40  >40   
Naturalidade Luanda  Fora de Luanda  Estrangeiro   
Grau de Escolaridade Até 4ª  Até 9º ano  Até 12º ano  Ensino Superior

Comentários:

### 2 TIPO DE ACTIVIDADE

2.1 Quantos sócios tem presentemente: 1  2 - 3  >3

2.2 Qual a indústria do seu negócio:

Agricultura, pescas, mineração  Construção  Outro: \_\_\_\_\_  
 Serviços  Comércio de produtos alimentares  
 Imobiliário  Comércio de produtos manufacturados

2.3 Onde se localiza a sua actividade

Centro da cidade  Ambos  
 Na periferia

2.4 Ano em que iniciou a sua actividade

Entre 2002 - 2005  Entre 2006 - 2007  Pós 2008

2.5 Número de Trabalhadores regulares

Trabalho sózinho e recorro a outsourcing  <10  10-30  >30

### 3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

3.1 Porque iniciou este tipo de actividade?

Já detinha experiência de um negócio meu anterior  Trabalhei numa empresa com a mesma actividade  
 Necessidade de oferta do produto/serviço no mercado  Outra: \_\_\_\_\_  
 Por ter disponibilidade de capital para investir adaptado à actividade

Comentários:

**SECÇÃO II - DADOS SOBRE A RELAÇÃO ENTRE AS ACTIVIDADES FORMAIS E INFORMAIS****4 ACTIVIDADE FORMAL/INFORMAL**

4.1 Quais as características que considera determinarem a formalidade do negócio?

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Declarar e pagar impostos | <input type="checkbox"/> Cumprir os requisitos de constituição de uma empresa |  |
| <input type="checkbox"/> Passar facturas           | <input type="checkbox"/> Todos os anteriores                                  | <input type="checkbox"/> Pelo menos 1 dos anteriores |
| <input type="checkbox"/> Outros: _____             |   |  |

4.2 Como surgiu o seu negócio?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> De uma actividade informal que já exercia há algum tempo                 | <input type="checkbox"/> De uma actividade formal (iniciou com o registo) |
| <input type="checkbox"/> De uma actividade informal nos primeiros tempos, mas depois formalizou-a |   |

**5 SERVIÇOS DE APOIO/FORNECIMENTO DE PRODUTOS INFORMAIS**

5.1 No decorrer da sua actividade, recorre a serviços de apoio/produtos adquiridos de forma informal?

- |  |   |                              |
|--|---|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim, com frequência | <input type="checkbox"/> Sim, mas esporadicamente | <input type="checkbox"/> Não |
|--|---|------------------------------|

5.2 Quantos serviços de apoio/produtos diferentes da área informal recorre normalmente?

- |                                |                                |                              |
|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 - 2 | <input type="checkbox"/> 2 - 5 | <input type="checkbox"/> > 5 |
|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|

5.3 Qual a natureza desses serviços/produtos?

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Mão-de-obra                       | <input type="checkbox"/> Serviços de transporte | <input type="checkbox"/> Serviços de segurança |
| <input type="checkbox"/> Fornecimentos de bens alimentares | <input type="checkbox"/> Serviços de limpeza    | <input type="checkbox"/> Equipamentos          |
| <input type="checkbox"/> Outros: _____                     |   |  |

5.4 Qual o peso do custo destes serviços/produtos na sua actividade anual (em %)?

- |                               |                                   |                                |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> < 5% | <input type="checkbox"/> 5% - 10% | <input type="checkbox"/> > 10% |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|

5.5 Quais as razões para a utilização destes serviços/produtos no sector informal?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Razões fiscais   |  |
| <input type="checkbox"/> Única forma de satisfazer as necessidades do negócio devido à baixa oferta no mercado (sem alternativas) |  |
| <input type="checkbox"/> Inexistência no mercado formal do serviço/produto específico   |  |
| <input type="checkbox"/> Mais acessível e mais eficiente no mercado informal  |  |
| <input type="checkbox"/> Mais variedade de produtos   |  |
| <input type="checkbox"/> Uma questão de preço   | <input type="checkbox"/> Porque sempre fiz assim no passado não me interessa mudar |
| <input type="checkbox"/> Outra: _____   |  |

5.6 Qual o grau de satisfação do serviço informal?

- |                                |                                |                              |
|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Fraco | <input type="checkbox"/> Médio | <input type="checkbox"/> Bom |
|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|

5.7 Que tipo de riscos considera existir por recorrer a estes serviços/produtos informais?

- |   |  |                                       |
|---|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ficar sujeito a envolver-se em corrupção | <input type="checkbox"/> Risco de não ficar satisfeito com o produto/serviço e não ter garantias |                                       |
| <input type="checkbox"/> Em Luanda o risco é baixo                | <input type="checkbox"/> Risco do não cumprimento dos prazos estabelecidos                       |                                       |
| <input type="checkbox"/> Risco de ser enganado                    |  | <input type="checkbox"/> Outro: _____ |

5.8 Supondo que surge uma alternativa formal para esse serviço/produto no mercado, recorreria a este?

- |                              |                              |                                 |
|------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> Talvez |
|------------------------------|------------------------------|---------------------------------|

5.9 Que serviços/produtos considera ainda terem fraca oferta na economia formal em Luanda?

- |   |   |                                       |
|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Serviços de transporte | <input type="checkbox"/> Serviços de segurança    | <input type="checkbox"/> Mobiliário   |
| <input type="checkbox"/> Bens alimentares       | <input type="checkbox"/> Produtos para construção | <input type="checkbox"/> Equipamentos |
| <input type="checkbox"/> Outros: _____          |   |                                       |

**6 RELAÇÃO COM OS FORNECEDORES**

6.1 Antes de adquirir um produto/serviço questiona o fornecedor, se passa ou não factura?

- |                              |   |                              |
|------------------------------|---|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> De vez em quando | <input type="checkbox"/> Não |
|------------------------------|---|------------------------------|

6.2 Já alguma vez rejeitou um fornecedor porque o mesmo não passa factura?

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
|------------------------------|------------------------------|

6.3 Como arranjou os seus fornecedores informais? Como conseguiu o contacto desses serviços de apoio/produtos informais?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Contactos de amigos ou familiares | <input type="checkbox"/> Vi publicidade (em jornal, na rua, cartões de visita, etc) e contactei |
| <input type="checkbox"/> Contactos profissionais           | <input type="checkbox"/> Outro: _____   |

**7 RELAÇÃO COM OS CLIENTES**

7.1 Antes de vender o seu produto/prestar o seu serviço questiona os seus clientes se pretendem ou não factura?

- |                              |   |                              |
|------------------------------|---|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> De vez em quando | <input type="checkbox"/> Não |
|------------------------------|---|------------------------------|

7.2 Se o cliente não pretender factura ou não a solicitar, o que normalmente faz?

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Emite factura na mesma e entrega | <input type="checkbox"/> Não a emite mas regista na contabilidade | <input type="checkbox"/> Não a regista |
|---|---|--|

7.3 Como arranjou os seus clientes? Como conseguiu o contacto desses clientes informais?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Contactos de amigos ou familiares | <input type="checkbox"/> Fiz publicidade (em jornal, na rua, cartões de visita, etc) e contactaram-me |
| <input type="checkbox"/> Contactos profissionais           | <input type="checkbox"/> Contactaram-me simplesmente, desconheço como souberam                        |
| <input type="checkbox"/> Outro: _____                      |   |

7.4 Qual o peso das receitas informais no total dos proveitos anuais da sua actividade?

- |                               |                                   |                                |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> < 5% | <input type="checkbox"/> 5% - 15% | <input type="checkbox"/> > 15% |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|

7.5 Qual a dimensão dos seus clientes para os quais serve/fornece de forma informal?

- |                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Particulares | <input type="checkbox"/> Pequenos empresários | <input type="checkbox"/> Grandes empresas |
|---------------------------------------|---|---|

7.6 Qual o ramo de actividade desses clientes?

- |                                       |                                   |                                  |
|---------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Restauração  | <input type="checkbox"/> Comércio | <input type="checkbox"/> Turismo |
| <input type="checkbox"/> Outro: _____ |                                   |                                  |

7.7. Que tipo de empresas são?

- |                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Privadas | <input type="checkbox"/> Públicas |
|-----------------------------------|-----------------------------------|

## 8 ACTIVIDADES SECUNDÁRIAS QUE REALIZA

8.1 Além da sua actividade principal tem outro tipo de actividades secundárias (serviços que presta/ produtos que fornece)

Sim  De vez em quando  Não

8.2 Se sim, em que sector os enquadra?

Formal  Informal

8.3 Qual a relação entre estas actividades secundárias e a sua actividade principal?

Complementam a sua actividade  Não têm relação com a actividade principal

Outro: \_\_\_\_\_

8.3 Qual a razão do estabelecimento dessas outras actividades secundárias?

Necessidades demonstradas pelos seus clientes da actividade principal

Fazer mais algum dinheiro

Manter contactos de negócios

Apoiar a família/amigos no negócio destes

Oportunidade do mercado

Outra: \_\_\_\_\_

8.4 Para as actividades secundárias informais como as vê no futuro?

Formalizadas

Terão tendência a acabar, são um mero complemento

Não pensou nisso

Se possível, mantê-las como estão

Outra: \_\_\_\_\_

## 9 CONTRARIEDADES DO MERCADO

9.1 Qual o peso das despesas confidenciais no orçamento anual da sua actividade?

Insignificante  < 10%  > 10%

Nunca pago  Outro: \_\_\_\_\_

9.2 Como vê no futuro este tipo de despesas, como as confidenciais?

Terão tendência a acabar devido ao aumento do controlo das autoridades  Vão desaparecer, mas ainda levará muito tempo

Terão tendência a reduzir fruto do desenvolvimento da nossa economia  Não vejo que vá mudar

Outro: \_\_\_\_\_

## 10 EXPECTATIVAS QUANTO AO FUTURO

10.1 Como prevê que seja fazer negócios no futuro?

Mais fácil  Mais difícil  Sem alteração

10.2 Porquê?

Mais/Menos concorrentes

Mais/Menos regulação/legislação

Mais/Menos corrupção

Outro: \_\_\_\_\_

Comentários:

### SECÇÃO III - DADOS SOBRE O MEIO ENVOLVENTE, VANTAGENS E DESVANTAGENS DA INFORMALIDADE NOS NEGÓCIOS

#### 11 O MEIO ENVOLVENTE

Existem muitos factores do meio envolvente que podem influenciar o estabelecimento de relações informais no decorrer da sua actividade. Das seguintes afirmações quais considera serem características do mercado em Luanda e que influenciam as suas decisões:

		Comentários	
11.1	Fraca disponibilidade de mão-de-obra no mercado formal	<input type="checkbox"/>	
11.2	Fraca disponibilidade de mão-de-obra especializada nas tecnologias necessárias	<input type="checkbox"/>	
11.3	Fraca disponibilidade de fornecedores formais	<input type="checkbox"/>	
11.4	Fraca disponibilidade de máquinas e equipamentos no mercado formal	<input type="checkbox"/>	
11.5	Fraca disponibilidade de capital nas instituições financeiras	<input type="checkbox"/>	
11.6	Fraca disponibilidade de capital dos clientes e fornecedores	<input type="checkbox"/>	
11.7	Poucos empresários formais interessados no produto/serviço	<input type="checkbox"/>	
11.8	Clientes informais mais acessíveis que no mercado formal	<input type="checkbox"/>	
11.9	Economia caracterizada por grande informalidade	<input type="checkbox"/>	
11.10	Existência de fracos incentivos à formalização dos negócios	<input type="checkbox"/>	
11.11	Fraca disponibilidade de produtos/serviços no mercado formal	<input type="checkbox"/>	
11.12	Existência de um grande número de negócios informais concorrentes	<input type="checkbox"/>	
11.13	Existência de poucos fornecedores formais com produtos de qualidade	<input type="checkbox"/>	
11.14	Fraca regulamentação e nível de controlo das autoridades	<input type="checkbox"/>	
11.15	Mercados informais mais acessíveis	<input type="checkbox"/>	
11.16	Mercados informais com produtos/serviços mais baratos	<input type="checkbox"/>	
11.17	Formalização das actividades muito complexa (requisitos a cumprir)	<input type="checkbox"/>	

#### 12 VANTAGENS DE RECORRER À INFORMALIDADE

Das seguintes afirmações indique as que considera serem vantagens de recorrer à informalidade:

		Comentários	
12.1	Aquisição de serviços/produtos a baixo custo	<input type="checkbox"/>	
12.2	Aquisição de serviços/produtos de melhor qualidade	<input type="checkbox"/>	
12.3	Aquisição de serviços/produtos de forma mais rápida/celere	<input type="checkbox"/>	
12.4	Melhor acessibilidade a produtos e serviços	<input type="checkbox"/>	
12.5	Maior capacidade de negociação	<input type="checkbox"/>	
12.6	Mais variedade de produtos/serviços	<input type="checkbox"/>	
12.7	Mais fácil de se adaptar às necessidades do seu negócio (qts, dimensões, etc.)	<input type="checkbox"/>	
12.8	Não há necessidade de vínculo formal	<input type="checkbox"/>	
12.9	Mais fácil fazer negócios de circunstância	<input type="checkbox"/>	
12.10	Não ter que preencher documentos oficiais (facturas, etc.)	<input type="checkbox"/>	
12.11	Não pagar tantos impostos	<input type="checkbox"/>	
12.12	Ganhar mais dinheiro e de forma mais rápida	<input type="checkbox"/>	
12.13	Contratar pessoas pontualmente sem formalização	<input type="checkbox"/>	
12.14	Conseguir bons contactos	<input type="checkbox"/>	
12.15	Não há necessidade de dar garantias aos fornecedores	<input type="checkbox"/>	
12.16	Contratar pessoal de acordo com as necessidades por periodos pequenos	<input type="checkbox"/>	
12.17	Não perder tempo com burocracias nos serviços públicos	<input type="checkbox"/>	

**13 DESVANTAGENS DE RECORRER À INFORMALIDADE**

Das seguintes afirmações indique as que considera serem desvantagens de recorrer à informalidade:

- 13.1 Aquisição de serviços/produtos a elevado custo
- 13.2 Pouca garantia na qualidade dos serviços/produtos
- 13.3 Risco dos concorrentes fazerem queixas às autoridades
- 13.4 Risco de poder estar sujeito a vinganças, acertos de contas, etc.
- 13.5 Difícil recorrer a crédito nos bancos
- 13.6 Difícil de documentar/fundamentar o seu negócio
- 13.7 Risco de não ficar satisfeito
- 13.8 Risco dos trabalhadores faltarem
- 13.9 Inexistência de regularidade nos negócios
- 13.10 Risco de ter graves perdas nas receitas
- 13.11 Risco das autoridades exigirem multas
- 13.12 Incerteza do resultado do negócio
- 13.13 Facilidade de se perder dinheiro com imprevistos
- 13.14 Necessidade de se terem bons contactos
- 13.15 Difícil de estabelecer relações fortes com os clientes e/ou fornecedores
- 13.16 Desconhecimento do passado/reputação do fornecedor/cliente
- 13.17 Pagamentos a pronto (antecipados)
- 13.18 Pagamentos em dinheiro (na mão)
- 13.19 Problemas de registo na contabilidade

  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
**Comentários**