





Tabela 134 - Tipologia de transacções *online* por grupo etário

TC. 134

Tabela 134 - Tipologia de transacções <i>online</i> por grupo etário								
Grupo etário	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
15-19	50%	50%						
20-24	25%		12,5%	12,5%		37,5%	12,5%	
25-29	15%	9,5%	9,5%	4,8%	4,8%	23,8%		28,6%
30-34	17,1%	2,9%	11,4%	5,7%	14,3%	40%	2,9%	5,7%
35-39	9,5%	9,5%	9,5%	9,5%	23,8%	19%	14,3%	4,8%
40-44	10%			10%	30%	30%	10%	10%
45-49	25%		8,3%	8,3%	8,3%	41,7%		8,3%
50-54	20%			20%		40%		20%
55-59	100%							

Tabela 135 - Aplicativos utilizados por grupo etário

TC. 135

Tabela 135 - Aplicativos utilizados por grupo etário					
Grupo etário	BAI Directo	BFA App	BIC Net	Atlântico Mobile Banking	Multicaixa Express
20-24		100%			
25-29	50%	50%			
30-34	28,6%	42,9%	7,1%	14,3%	7,1%
35-39	100%				
40-44	100%				
45-49		50%		50%	
50-54					100%
55-59	100%				



# INQUÉRITOS DE INCLUSÃO FINANCEIRA

Mercados Informais de **Luanda**







# INQUÉRITOS DE INCLUSÃO FINANCEIRA

Mercados Informais de Luanda







# ÍNDICE

1.	Glossário	11
1.1	Sumário executivo	13
2.	Principais resultados	14
3.	Recomendações	17
3.	Introdução	18
4.	Índice Nacional de Inclusão Financeira (INF)	18
4.2	Acesso demográfico	18
4.3	Utilização	18
5.	Objectivo dos inquiridos	19
6.	Âmbito de análise	20
7.	Metodologia	20
8.	<b>Perfil Geral</b>	25
9.	<b>Método de pagamento</b>	31
10.	<b>Identificação</b>	33
11.	<b>Bancarização</b>	39
12.	<b>Seguros</b>	81
13.	<b>Poupança</b>	105
14.	<b>Crédito</b>	119
14.1	Daqueles que já obtiveram crédito	119
14.2	Daqueles que gostariam de obter crédito	122
14.3	A diferença entre o crédito obtido e o crédito almejado	124
14.4	Crédito por área	124
14.4.1	Valor do último crédito obtido	125
14.4.2	Finalidade do crédito obtido	126
14.4.3	Fonte credora	127
14.4.4	Interesse em obter crédito	128
14.4.5	Crédito almejado	129
15.	<b>Dívida</b>	149
15.1	Dívida por poupadores e não poupadores	150
15.2	Poupança por devedores e não devedores	150
15.3	Dívida por área	151
15.4	Dívida por grupo etário	152
15.5	Dívida por género	153
15.6	Dívida por grau de escolaridade	153
15.7	Crédito por devedores e não devedores	154
16.	<b>Acesso à internet</b>	161
16.1	Acesso à internet por área	165
16.2	Acesso à internet por grupo etário	169
16.3	Acesso à internet por género	172
16.4	Acesso à internet por grau de escolaridade	175
17.	Anexo	181





## ÍNDICE TABELAS

<b>Tabela 1</b>	Recomendações	17
<b>Tabela 2</b>	Áreas	21
<b>Tabela 3</b>	Método de pagamento alternativo	31
<b>Tabela 4</b>	Titularização de bilhete de identidade por mercado	34
<b>Tabela 5</b>	Documentos de identificação alternativos por mercado	35
<b>Tabela 6</b>	Titularização de bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados	44
<b>Tabela 7</b>	Validade do bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados	45
<b>Tabela 8</b>	Documentos de identificação alternativos por bancarizados	45
<b>Tabela 9</b>	Método de poupança por bancarizados e não bancarizados	47
<b>Tabela 10</b>	Planeamento financeiro para a velhice por bancarizados e não bancarizados	47
<b>Tabela 11</b>	Obtenção de crédito por bancarizados e não bancarizados	47
<b>Tabela 12</b>	Finalidade do crédito obtido por bancarizados e não bancarizados	48
<b>Tabela 13</b>	Finalidade do crédito almejado por bancarizados e não bancarizados	51
<b>Tabela 14</b>	Tipologia de seguro subscrita por bancarizados e não bancarizados	53
<b>Tabela 15</b>	Tipologia de seguro almejada por bancarizados e não bancarizados	54
<b>Tabela 16</b>	Dispositivos de acesso à internet por bancarizados e não bancarizados	55
<b>Tabela 17</b>	Operações efectuadas <i>online</i> por bancarizados e não bancarizados	56
<b>Tabela 18</b>	Aplicativos utilizados para realizar transacções <i>online</i> por bancarizados e não bancarizados	57
<b>Tabela 19</b>	Titularização de conta bancária por mercado	59
<b>Tabela 20</b>	Motivos para a não titularização de conta bancária por mercado	60
<b>Tabela 21</b>	Motivos para a titularização de conta bancária por mercado	60
<b>Tabela 22</b>	Quota de mercado dos bancos por mercado	60
<b>Tabela 23</b>	Tipologia de operações bancárias por mercado	61
<b>Tabela 24</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por mercado	61
<b>Tabela 25</b>	Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por mercado	61
<b>Tabela 26</b>	Pontos de reclamação por mercado	62
<b>Tabela 27</b>	Resolução de reclamações por mercado	62
<b>Tabela 28</b>	Titularização de conta bancária por área	63
<b>Tabela 29</b>	Interesse na titularização de conta bancária por área	64
<b>Tabela 30</b>	Quota de mercado dos bancos por área	64
<b>Tabela 31</b>	Titularização de conta bancária por grupo etário	66
<b>Tabela 32</b>	Motivos para a não titularização de conta bancária por grupo etário	66
<b>Tabela 33</b>	Motivos para a titularização de conta bancária por grupo etário	67
<b>Tabela 34</b>	Quota de mercado dos bancos por grupo etário	67
<b>Tabela 35</b>	Interesse na titularização de conta bancária por grupo etário	68
<b>Tabela 36</b>	Tipologia de operações bancárias por grupo etário	68
<b>Tabela 37</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grupo etário	69
<b>Tabela 38</b>	Bancarização por género	70
<b>Tabela 39</b>	Bancarização por género nos mercados	70
<b>Tabela 40</b>	Motivos para a não titularização de conta bancária por género	70
<b>Tabela 41</b>	Motivos para a titularização de conta bancária por género	71



<b>Tabela 42</b>	Interesse na titularização de conta bancária por género	<b>71</b>
<b>Tabela 43</b>	Quota de mercado dos bancos por género	<b>71</b>
<b>Tabela 44</b>	Tipologia de operações bancárias por género	<b>71</b>
<b>Tabela 45</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por género	<b>72</b>
<b>Tabela 46</b>	Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por género	<b>72</b>
<b>Tabela 47</b>	Pontos de reclamação por género	<b>72</b>
<b>Tabela 48</b>	Bancarização por grau de escolaridade	<b>73</b>
<b>Tabela 49</b>	Motivos para a não titularização de conta bancária por grau de escolaridade	<b>74</b>
<b>Tabela 50</b>	Motivos para a titularização de conta bancária por grau de escolaridade	<b>75</b>
<b>Tabela 51</b>	Interesse na titularização de conta bancária por grau de escolaridade	<b>75</b>
<b>Tabela 52</b>	Quota de mercado dos bancos por grau de escolaridade	<b>76</b>
<b>Tabela 53</b>	Tipologia de operações bancárias por grau de escolaridade	<b>76</b>
<b>Tabela 54</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grau de escolaridade	<b>77</b>
<b>Tabela 55</b>	Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por grau de escolaridade	<b>77</b>
<b>Tabela 56</b>	Pontos de reclamação por grau de escolaridade	<b>78</b>
<b>Tabela 57</b>	Tipologia de seguro subscrita	<b>82</b>
<b>Tabela 58</b>	Tipologia de seguro almejada	<b>83</b>
<b>Tabela 59</b>	Método de poupança por segurados e não segurados	<b>86</b>
<b>Tabela 60</b>	Planeamento financeiro para a velhice por segurados e não segurados	<b>86</b>
<b>Tabela 61</b>	Obtenção de crédito por segurados e não segurados	<b>87</b>
<b>Tabela 62</b>	Finalidade do crédito obtido por segurados e não segurados	<b>88</b>
<b>Tabela 63</b>	Finalidade do crédito almejado por segurados e não segurados	<b>91</b>
<b>Tabela 64</b>	Titularização de seguro por área	<b>93</b>
<b>Tabela 65</b>	Tipologia de seguro subscrita por área	<b>93</b>
<b>Tabela 66</b>	Interesse pela titularização de seguro por área	<b>94</b>
<b>Tabela 67</b>	Tipologia de seguro almejada por área	<b>94</b>
<b>Tabela 68</b>	Titularização de seguro por grupo etário	<b>95</b>
<b>Tabela 69</b>	Tipologia de seguro subscrita por grupo etário	<b>96</b>
<b>Tabela 70</b>	Interesse pela titularização de seguro por grupo etário	<b>96</b>
<b>Tabela 71</b>	Tipologia de seguro almejada por grupo etário	<b>97</b>
<b>Tabela 72</b>	Tipologia de seguro subscrita por género	<b>99</b>
<b>Tabela 73</b>	Tipologia de seguro almejada por género	<b>99</b>
<b>Tabela 74</b>	Titularização de seguro por grau de escolaridade	<b>101</b>
<b>Tabela 75</b>	Tipologia de seguro subscrita por grau de escolaridade	<b>101</b>
<b>Tabela 76</b>	Interesse pela titularização de seguro por grau de escolaridade	<b>102</b>
<b>Tabela 77</b>	Tipologia de seguro almejada por grau de escolaridade	<b>102</b>
<b>Tabela 78</b>	Método de poupança	<b>106</b>
<b>Tabela 79</b>	Método de poupança para a reforma	<b>106</b>
<b>Tabela 80</b>	Planeamento financeiro para a velhice	<b>107</b>
<b>Tabela 81</b>	Poupança por grupo etário	<b>109</b>
<b>Tabela 82</b>	Método de poupança por grupo etário	<b>109</b>
<b>Tabela 83</b>	Poupança para a reforma por grupo etário	<b>110</b>
<b>Tabela 84</b>	Método de poupança para a reforma por grupo etário	<b>110</b>
<b>Tabela 85</b>	Planeamento financeiro para a velhice por grupo etário	<b>111</b>
<b>Tabela 86</b>	Método de poupança por género	<b>113</b>
<b>Tabela 87</b>	Método de poupança para a reforma por género	<b>113</b>
<b>Tabela 88</b>	Planeamento financeiro para a velhice por género	<b>113</b>
<b>Tabela 89</b>	Poupança por grau de escolaridade	<b>114</b>
<b>Tabela 90</b>	Poupança para a reforma por grau de escolaridade	<b>115</b>
<b>Tabela 91</b>	Método de poupança por grau de escolaridade	<b>115</b>
<b>Tabela 92</b>	Método de poupança para a reforma por grau de escolaridade	<b>116</b>
<b>Tabela 93</b>	Planeamento financeiro para a velhice por grau de escolaridade	<b>116</b>
<b>Tabela 94</b>	Montante de crédito obtido por fonte credora	<b>122</b>
<b>Tabela 95</b>	Crédito obtido e almejado	<b>124</b>

<b>Tabela 96</b>	Obtenção de crédito por área	<b>125</b>
<b>Tabela 97</b>	Montante de crédito obtido por área	<b>126</b>
<b>Tabela 98</b>	Finalidade do crédito obtido por área	<b>127</b>
<b>Tabela 99</b>	Fonte credora por área	<b>127</b>
<b>Tabela 100</b>	Interesse em obter crédito por área	<b>128</b>
<b>Tabela 101</b>	Interesse em obter outro crédito por área	<b>129</b>
<b>Tabela 102</b>	Montante de crédito almejado por área	<b>130</b>
<b>Tabela 103</b>	Fonte credora almejada por área	<b>130</b>
<b>Tabela 104</b>	Finalidade do crédito almejado por área	<b>130</b>
<b>Tabela 105</b>	Obtenção de crédito por grupo etário	<b>131</b>
<b>Tabela 106</b>	Montante de crédito obtido por grupo etário	<b>132</b>
<b>Tabela 107</b>	Finalidade do crédito obtido por grupo etário	<b>133</b>
<b>Tabela 108</b>	Montante de crédito almejado por grupo etário	<b>134</b>
<b>Tabela 109</b>	Finalidade do crédito almejado por grupo etário	<b>135</b>
<b>Tabela 110</b>	Montante de crédito obtido por género	<b>136</b>
<b>Tabela 111</b>	Montante de crédito almejado por género	<b>139</b>
<b>Tabela 112</b>	Obtenção de crédito por grau de escolaridade	<b>141</b>
<b>Tabela 113</b>	Montante de crédito obtido por grau de escolaridade	<b>141</b>
<b>Tabela 114</b>	Finalidade do crédito obtido por grau de escolaridade	<b>142</b>
<b>Tabela 115</b>	Interesse em obter outro crédito por grau de escolaridade	<b>144</b>
<b>Tabela 116</b>	Montante de crédito almejado por grau de escolaridade	<b>145</b>
<b>Tabela 117</b>	Finalidade do crédito almejado por grau de escolaridade	<b>145</b>
<b>Tabela 118</b>	Método de poupança por devedores e não devedores	<b>151</b>
<b>Tabela 119</b>	Dívida por área	<b>152</b>
<b>Tabela 120</b>	Dívida por grupo etário	<b>153</b>
<b>Tabela 121</b>	Dívida por género	<b>153</b>
<b>Tabela 122</b>	Dívida por grau de escolaridade	<b>154</b>
<b>Tabela 123</b>	Finalidade do crédito obtido por devedores e não devedores	<b>155</b>
<b>Tabela 124</b>	Finalidade do crédito almejado por devedores e não devedores	<b>158</b>
<b>Tabela 125</b>	Acesso à internet por área	<b>166</b>
<b>Tabela 126</b>	Dispositivos de acesso à internet por área	<b>166</b>
<b>Tabela 127</b>	Transacções <i>online</i> por área	<b>167</b>
<b>Tabela 128</b>	Tipologia de transacções <i>online</i> por área	<b>167</b>
<b>Tabela 129</b>	Aplicativos utilizados por área	<b>168</b>
<b>Tabela 130</b>	Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i>	<b>168</b>
<b>Tabela 131</b>	Acesso à internet por grupo etário	<b>169</b>
<b>Tabela 132</b>	Dispositivos de acesso à internet por grupo etário	<b>170</b>
<b>Tabela 133</b>	Transacções <i>online</i> por grupo etário	<b>170</b>
<b>Tabela 134</b>	Tipologia de transacções <i>online</i> por grupo etário	<b>171</b>
<b>Tabela 135</b>	Aplicativos utilizados por grupo etário	<b>171</b>
<b>Tabela 136</b>	Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por grupo etário	<b>172</b>
<b>Tabela 137</b>	Acesso à internet por género	<b>173</b>
<b>Tabela 138</b>	Dispositivos de acesso à internet por género	<b>173</b>
<b>Tabela 139</b>	Transacções <i>online</i> por género	<b>173</b>
<b>Tabela 140</b>	Tipologia de transacções <i>online</i> por género	<b>173</b>
<b>Tabela 141</b>	Aplicativos utilizados por género	<b>174</b>
<b>Tabela 142</b>	Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por género	<b>174</b>
<b>Tabela 143</b>	Acesso à internet por grau de escolaridade	<b>176</b>
<b>Tabela 144</b>	Dispositivos de acesso à internet por grau de escolaridade	<b>176</b>
<b>Tabela 145</b>	Transacções <i>online</i> por grau de escolaridade	<b>177</b>
<b>Tabela 146</b>	Tipologia de transacções <i>online</i> por grau de escolaridade	<b>177</b>
<b>Tabela 147</b>	Aplicativos utilizados por grau de escolaridade	<b>178</b>
<b>Tabela 148</b>	Interesse pela comercialização de produtos/serviços por grau de escolaridade	<b>178</b>
<b>Tabela 149</b>	Género	<b>181</b>





## ÍNDICE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b>	Idade	<b>25</b>
<b>Gráfico 2</b>	Género	<b>26</b>
<b>Gráfico 3</b>	Grau de escolaridade	<b>27</b>
<b>Gráfico 4</b>	Tempo de actividade no mercado	<b>28</b>
<b>Gráfico 5</b>	Método de pagamento	<b>31</b>
<b>Gráfico 6</b>	Titularização de bilhete de identidade	<b>33</b>
<b>Gráfico 7</b>	Validade do bilhete de identidade	<b>33</b>
<b>Gráfico 8</b>	Documentos de identificação alternativos	<b>34</b>
<b>Gráfico 9</b>	Titularização de conta bancária	<b>39</b>
<b>Gráfico 10</b>	Motivos para a não titularização de conta bancária	<b>40</b>
<b>Gráfico 11</b>	Interesse na titularização de conta bancária	<b>40</b>
<b>Gráfico 12</b>	Motivos para a titularização de conta bancária	<b>41</b>
<b>Gráfico 13</b>	Tipologia de operações bancárias	<b>41</b>
<b>Gráfico 14</b>	Quota de mercado dos bancos	<b>42</b>
<b>Gráfico 15</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco	<b>42</b>
<b>Gráfico 16</b>	Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou	<b>43</b>
<b>Gráfico 17</b>	Pontos de reclamação	<b>43</b>
<b>Gráfico 18</b>	Resolução de reclamações	<b>44</b>
<b>Gráfico 19</b>	Poupança por bancarizados e não bancarizados	<b>46</b>
<b>Gráfico 20</b>	Poupança para a reforma por bancarizados e não bancarizados	<b>46</b>
<b>Gráfico 21</b>	Montante de crédito obtido por bancarizados e não bancarizados	<b>48</b>
<b>Gráfico 22</b>	Fonte credora por bancarizados e não bancarizados	<b>49</b>
<b>Gráfico 23</b>	Interesse em obter crédito por bancarizados e não bancarizados	<b>49</b>
<b>Gráfico 24</b>	Interesse em obter outro crédito por bancarizados e não bancarizados	<b>50</b>
<b>Gráfico 25</b>	Montante de crédito almejado por bancarizados e não bancarizados	<b>51</b>
<b>Gráfico 26</b>	Fonte credora almejada por bancarizados e não bancarizados	<b>51</b>
<b>Gráfico 27</b>	Taxa de bancarização por devedores e não devedores	<b>52</b>
<b>Gráfico 28</b>	Titularização de seguro por bancarizados e não bancarizados	<b>53</b>
<b>Gráfico 29</b>	Interesse pela titularização de seguro por bancarizados e não bancarizados	<b>54</b>
<b>Gráfico 30</b>	Acesso à Internet por bancarizados e não bancarizados	<b>55</b>
<b>Gráfico 31</b>	Realização de transacções <i>online</i> por bancarizados e não bancarizados	<b>56</b>
<b>Gráfico 32</b>	Interesse na comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por bancarizados e não bancarizados	<b>57</b>
<b>Gráfico 33</b>	Titularização de seguro	<b>81</b>
<b>Gráfico 34</b>	Interesse pela titularização de seguro	<b>82</b>
<b>Gráfico 35</b>	Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada por uma seguradora	<b>83</b>
<b>Gráfico 36</b>	Proporção de comerciantes que se sentiu lesada por uma seguradora e reclamou	<b>84</b>
<b>Gráfico 37</b>	Pontos de reclamação	<b>84</b>
<b>Gráfico 38</b>	Poupança por segurados e não segurados	<b>85</b>
<b>Gráfico 39</b>	Poupança para a reforma por segurados e não segurados	<b>86</b>
<b>Gráfico 40</b>	Montante de crédito obtido por segurados e não segurados	<b>87</b>
<b>Gráfico 41</b>	Fonte credora por segurados e não segurados	<b>88</b>
<b>Gráfico 42</b>	Interesse em obter crédito por segurados e não segurados	<b>89</b>
<b>Gráfico 43</b>	Interesse em obter outro crédito por segurados e não segurados	<b>89</b>
<b>Gráfico 44</b>	Montante de crédito almejado por segurados e não segurados	<b>90</b>



<b>Gráfico 45</b>	Fonte credora almejada por segurados e não segurados	<b>91</b>
<b>Gráfico 46</b>	Dívida por segurados e não segurados	<b>92</b>
<b>Gráfico 47</b>	Titularização de seguro por género	<b>98</b>
<b>Gráfico 48</b>	Interesse pela titularização de seguro por género	<b>98</b>
<b>Gráfico 49</b>	Poupança	<b>105</b>
<b>Gráfico 50</b>	Poupança para a reforma	<b>105</b>
<b>Gráfico 51</b>	Poupança por género	<b>112</b>
<b>Gráfico 52</b>	Poupança para a reforma por género	<b>112</b>
<b>Gráfico 53</b>	Obtenção de crédito	<b>119</b>
<b>Gráfico 54</b>	Interesse em obter outro crédito	<b>120</b>
<b>Gráfico 55</b>	Montante de crédito obtido	<b>120</b>
<b>Gráfico 56</b>	Finalidade do crédito obtido	<b>121</b>
<b>Gráfico 57</b>	Fonte credora	<b>121</b>
<b>Gráfico 58</b>	Montante de crédito almejado	<b>122</b>
<b>Gráfico 59</b>	Fonte credora almejada	<b>123</b>
<b>Gráfico 60</b>	Finalidade do crédito almejado	<b>123</b>
<b>Gráfico 61</b>	Fonte credora por grupo etário	<b>133</b>
<b>Gráfico 62</b>	Fonte credora almejada por grupo etário	<b>135</b>
<b>Gráfico 63</b>	Obtenção de crédito por género	<b>136</b>
<b>Gráfico 64</b>	Finalidade do crédito obtido por género	<b>137</b>
<b>Gráfico 65</b>	Fonte credora por género	<b>137</b>
<b>Gráfico 66</b>	Interesse em obter crédito por género	<b>138</b>
<b>Gráfico 67</b>	Interesse em obter outro crédito por género	<b>139</b>
<b>Gráfico 68</b>	Finalidade do crédito almejado por género	<b>140</b>
<b>Gráfico 69</b>	Fonte credora por grau de escolaridade	<b>143</b>
<b>Gráfico 70</b>	Interesse em obter crédito por grau de escolaridade	<b>144</b>
<b>Gráfico 71</b>	Fonte credora almejada por grau de escolaridade	<b>146</b>
<b>Gráfico 72</b>	Dívida	<b>149</b>
<b>Gráfico 73</b>	Fonte de dívida	<b>149</b>
<b>Gráfico 74</b>	Dívida por poupadores e não poupadores	<b>150</b>
<b>Gráfico 75</b>	Poupança por devedores e não devedores	<b>151</b>
<b>Gráfico 76</b>	Obtenção de crédito por devedores e não devedores	<b>154</b>
<b>Gráfico 77</b>	Montante de crédito obtido por devedores e não devedores	<b>155</b>
<b>Gráfico 78</b>	Fonte credora por devedores e não devedores	<b>156</b>
<b>Gráfico 79</b>	Interesse em obter crédito por devedores e não devedores	<b>157</b>
<b>Gráfico 80</b>	Interesse em obter outro crédito por devedores e não devedores	<b>157</b>
<b>Gráfico 81</b>	Montante de crédito almejado por devedores e não devedores	<b>158</b>
<b>Gráfico 82</b>	Fonte credora almejada por devedores e não devedores	<b>158</b>
<b>Gráfico 83</b>	Acesso à internet	<b>161</b>
<b>Gráfico 84</b>	Dispositivos de acesso à internet	<b>162</b>
<b>Gráfico 85</b>	Transacções <i>online</i>	<b>162</b>
<b>Gráfico 86</b>	Tipologia de transacções <i>online</i>	<b>163</b>
<b>Gráfico 87</b>	Aplicativos utilizados	<b>163</b>
<b>Gráfico 88</b>	Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i>	<b>164</b>



# G

## GLOSSÁRIO

**ARSEG\_** Agência Angolana de Regulação e Supervisão de Seguros.

**BNA\_** Banco Nacional de Angola.

**CMC\_** Comissão do Mercado de Capitais.

**Dinheiro de júri\_** Empréstimo concedido por um indivíduo a taxas de juro relativamente altas, com prazos de reembolso relativamente curtos e sem garantias materiais.

**Kilapi\_** Venda a crédito.

**Kixiquila\_** Sistema informal e comunitário de poupança e financiamento sem juros, em que um grupo de indivíduos contribui periodicamente com determinado valor, acordado entre todos, de modo a que, rotativamente, cada um deles receba a totalidade do valor contribuído.

**Mercado do 30 (II.º)\_** Refere-se à segunda vaga de inquéritos realizada no Mercado do 30.

**Pagamento digital\_** Pagamento efectuado com recurso à internet.

**Poupança caseira\_** Guardar o dinheiro em casa.

**TPA\_** Terminal de pagamento automático.





# S

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Sumário elenca os principais resultados dos inquéritos relativos à inclusão financeira realizados pelo Conselho Nacional de Estabilidade Financeira (CNEF) no mercado popular do “Km 30”, Kikolo, Asa Branca, Congolenses e Mercado 1.º de Agosto (Catinton), e transcreve também as recomendações resultantes da análise dos resultados.

Os inquéritos foram criados por uma equipa do Secretariado Executivo do CNEF e realizados em parceria com o Banco Nacional de Angola (BNA), a Comissão do Mercado de Capitais (CMC), a Agência Angolana de Regulação e Supervisão de Seguros (ARSEG) e o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INADEC), em Março de 2020. Consistiram no questionamento de 2.940 pessoas, num universo estimado de 25.000 comerciantes.

Os inquéritos tiveram os seguintes objectivos:

- Identificar o grau de inclusão financeira dos comerciantes;
- Aferir o nível de pré-disposição à adesão a produtos/serviços financeiros;
- Aferir as razões da não adesão a produtos/serviços financeiros;
- Averiguar as necessidades de crédito por sector;
- Compreender os principais motivos de solicitação de crédito;
- Identificar as principais fontes de dívida entre os comerciantes;
- Perceber os hábitos de poupança;
- Compreender o nível de adesão aos seguros;
- Constatar o estágio de inclusão digital.

Os inquéritos pretenderam analisar/mensurar a inclusão financeira através das seguintes dimensões:

- **Conta bancária** – posse, identificação de motivos para a não titularização de conta bancária, documentos de identificação;
- **Pagamentos** – metodologia;
- **Poupança** – nível e metodologia;
- **Crédito** – aquisição e desejo de obtenção;
- **Seguro** – posse e tipologia;
- **Digital** – acesso à internet, realização de transacções *online* e interesse pela venda de produtos/serviços *online*.



## 1.1 PRINCIPAIS RESULTADOS

### 1.1.1 PERFIL

- **Idade:** a maioria da população (45,7%) concentra-se no intervalo dos 30 aos 44 anos de idade. Dos 15 aos 39 anos, a tendência é crescente, e dos 40 anos em diante, decrescente;
- **Género e residência:** a população inquirida é predominantemente feminina (68,9%). Viana (36,2%), Cacuaco (22,6%), Cazenga (20,4%) e Luanda (8,1%) são os municípios onde residem mais inquiridos;
- **Grau de escolaridade:** 24,8% dos inquiridos frequentaram o ensino primário - classes 1-6; 21,5%, o ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9; e 12,7%, o ensino secundário do segundo ciclo - classes 10-12. 10,9% não têm escolaridade e apenas 1,7% concluíram a universidade ou ensino superior;
- **Tempo no mercado:** 43,9% dos inquiridos exercem a sua actividade comercial há mais de 10 anos; e 20%, há mais de 5 anos.

### 1.1.2 IDENTIFICAÇÃO

77% dos inquiridos têm bilhete de identidade e, destes, 92,1% têm o bilhete válido. Em alternativa a este documento, para efeitos de identificação, os inquiridos recorrem à cédula de nascimento (42,1%) e ao cartão de eleitor (40,4%). 5% dos comerciantes não têm documentos de identificação.

### 1.1.3 BANCARIZAÇÃO

- A taxa de bancarização é de 36,7%;
- Os mercados com a taxa de bancarização mais elevada são o Kikolo 2 e os Congolenses, com 57,5% e 62,4%, respectivamente. Os mercados onde mais comerciantes estão excluídos do sistema bancário são o Mercado do 30, com uma taxa de bancarização de 24,1%, e o Catinton, com 22,7% de bancarizados;
- Quanto maior é o grau de escolaridade, mais elevada é a taxa de bancarização;
- 69% dos comerciantes não bancarizados gostariam de ser titulares de uma conta bancária;
- Os comerciantes não são titulares de contas bancárias porque, entre outros: acreditam que não têm dinheiro suficiente para abrir uma conta (28,1%), não têm tempo (17,3%), não têm conhecimento (12,6%) e não confiam nos bancos (10,6%);
- Os principais motivos para a titularização de conta bancária são: segurança (37,2%), poupança (29,4%) e depósitos (11%);
- Nos mercados informais de Luanda, as instituições bancárias com mais clientes são: BFA (19,8%), BAI (18,3%), BIC (14,8%), BMA (11,5%), BPC (10,3%) e BSOL (9,8%);



- Os comerciantes bancarizados (66%) poupam mais do que os não bancarizados (44%);
- Os comerciantes bancarizados obtiveram montantes de crédito significativamente mais elevados do que aqueles que estão excluídos do sistema bancário;
- Apenas 17,6% dos inquiridos bancarizados e 1,7% dos não bancarizados obtiveram crédito por via bancária;
- Os comerciantes bancarizados (38%) são mais propensos a vender os seus produtos/ serviços *online* do que os não bancarizados (21%).

#### 1.1.4 QUOTA DE MERCADO DOS BANCOS POR MERCADO

- **Asa Branca:** BFA (18,1%), BIC (18,1%), BPC (16%), BAI (11,1%) e BSOL (10,4%);
- **Congolenses:** BFA (21,9%), BAI (17,6%), BIC (11,2%), BCI (9,1%) e BMA (9,1%);
- **Catinton:** BIC (23,9%), BFA (22,5%), BMA (16,9%), BPC (11,3%), BSOL (7%) e BAI (7%);
- **Kikolo 1:** BFA (22,7%), BAI (19,1%), BMA (15,2%), BIC (10,5%) e BSOL (9,4%);
- **Kikolo 2:** BAI (29,2%), BFA (13,6%), BIC (13,3%), BSOL (12,1%) e BMA (11,2%);
- **Mercado do 30:** BFA (25,9%), BIC (22,2%), BPC (15,4%), BSOL (11,7%) e BMA (9,3%).

#### 1.1.5 SEGUROS

- Apenas 6% dos comerciantes têm seguro, destes, 45% subscreveram o seguro de saúde e 34% o seguro automóvel;
- 53% dos comerciantes não segurados gostariam de ter um seguro;
- Os comerciantes que têm seguro (70%) poupam mais do que aqueles que não têm seguro (56%);
- A subscrição ao seguro é mais comum entre os comerciantes com um grau de escolaridade superior, nomeadamente: os que concluíram o ensino técnico ou profissional (14%), frequentaram uma universidade ou instituto superior (12%), ou concluíram o ensino superior (16%).

#### 1.1.6 POUPANÇA

- 56,7% dos comerciantes fazem poupança, mas apenas 25,9% poupam para a reforma;
- Os comerciantes que não poupam para a reforma pensam sustentar-se na velhice, entre outras, da seguinte forma: filhos (28,8%), família alargada (17,6%) e trabalho (9,6%).

#### 1.1.7 CRÉDITO

- 38,1% dos comerciantes obtiveram crédito mais de 10 vezes<sup>1</sup>; 17,8%, mais de 5 vezes; e 16,8%, entre 3 a 5 vezes;
- 37,6% adquiriram um valor igual ou inferior a Kz 10.000, 24,4%, entre Kz 10.000 e Kz 50.000; 12,3%, entre Kz 100.000 e Kz 250.000; e 11,7%, entre Kz 50.000 e Kz 100.000. Apenas 1,9% contraíram um crédito superior a Kz 10.000.000;

<sup>1</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



- 56,2% solicitaram o último crédito para investir no seu negócio; 11,9%, para pagar despesas de saúde; e 10%, para pagar despesas familiares;
- Em 63,8% dos casos, a fonte credora foi pessoal; seguida da kixiquila, com 20,4%;
- Apenas 9,8% dos inquiridos contraíram crédito bancário;
- 62,3% gostariam que a fonte credora fosse o banco; 22,4%, pessoal; e 13% indicaram a kixiquila.

### 1.1.8 DÍVIDA

- 83% dos comerciantes afirmam não estar endividados;
- Os comerciantes endividados (63%) poupam mais do que os não endividados (56%);
- O endividamento é inferior entre os comerciantes que não têm nenhuma escolarização (10%), que concluíram o ensino primário - classes 1-6 (12%), que frequentaram escolas técnicas ou profissionais (15%) e que frequentaram a universidade ou instituto superior (15%).

### 1.1.9 ACESSO À INTERNET

- Apenas 35% dos inquiridos têm acesso à internet e o telemóvel (84%) é a principal ferramenta de acesso;
- 95% dos comerciantes não efectuam transacções *online*;
- Daqueles que efectuam operações *online*, 31% fazem transferências, 18% compram produtos e 13% realizam pagamentos;
- O BAI Directo (40%) e o BFA App (36%) são os aplicativos mais utilizados para a realização de transacções *online*;
- 28% dos comerciantes gostariam de vender os seus produtos *online*.

### 1.1.10 GÉNERO

- 51,3% dos homens e 29,4% das mulheres têm conta bancária;
- O banco BAI é o mais eleito pelos homens e o BFA pelas mulheres;
- Mais de 90% dos homens e mulheres não têm seguro, mas entre os homens (8%) há mais tomadores de seguro do que entre as mulheres (4%);
- Os homens (60%) poupam mais do que as mulheres (56%);
- Apesar do baixo grau de endividamento, as mulheres (19%) estão mais endividadas do que os homens (14%).



## 2. RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se a utilização dos dados obtidos nestes inquéritos pelos órgãos de Supervisão do Sistema Financeiro Angolano, Administração Geral Tributária, Ministério da Educação, entidades de Identificação Civil, entidades de defesa e protecção do consumidor e instituições financeiras, para que, num esforço conjunto, seja promovida a inclusão financeira de cidadãos que desenvolvem a sua actividade económica no circuito informal.

Tabela 1 - Recomendações

TC.1

	Recomendações	Responsável
Identificação	Realização de uma campanha de registo, emissão de assento de nascimento, emissão, emissão de segunda via e renovação de bilhete de identidade.	Ministério da Justiça e Direitos Humanos
Educação	Implementação de programas de alfabetização e formação técnico-profissional para adultos (os vendedores poderão custear, pelo menos parcialmente, esses programas, uma vez que muitos indicam ter contraído dívida para custear despesas de formação).	Ministério da Educação
Inclusão Financeira	Considerando os motivos mais indicados para a não titularização de uma conta bancária, propõe-se a disponibilização de produtos e serviços financeiros através da figura do correspondente bancário.	Instituições Financeiras Bancárias
	Divulgação do valor mínimo de abertura de uma conta bancária.	BNA e Instituições Financeiras Bancárias
	Simplificação do processo de abertura de conta bancária (utilização do cartão de eleitor e/ou dados biométricos) e concessão de produtos aos comerciantes como: cartão de débito, TPA, entre outros. Criação de produtos de microcrédito adequados às necessidades de crédito, conforme os valores obtidos e almejados pelos comerciantes.	BNA e Instituições Financeiras Bancárias Instituições Financeiras Bancárias
Seguros	Desenvolvimento de uma campanha sobre os seguros que garanta a aquisição de conhecimentos sobre o sector, produtos e o seu acesso.	ARSEG
Defesa do Consumidor Financeiro	Ações de protecção ao consumidor financeiro nos mercados.	BNA, INADEC e CNEF
Digital	Integração de comerciantes em plataformas de comércio <i>online</i> , para incentivar a inclusão por via da digitalização.	A definir



### 3. INTRODUÇÃO

A inclusão financeira é globalmente reconhecida como um factor potenciador do desenvolvimento económico dos países, com um impacto social profundo. Experiências internacionais permitem afirmar que a participação da população no sistema financeiro promove a erradicação da pobreza, a redução das assimetrias sociais e contribui para um sistema financeiro mais resiliente e estável. Por esse motivo, a inclusão financeira destaca-se nos documentos da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC), designadamente o *Regional Indicative Strategic Plan (RISDP)* e o *SADC Industrialization Strategy and Roadmap*.

Nessa perspectiva, é prioritária a elaboração de uma estratégia nacional de inclusão financeira, em conformidade com as particularidades da conjuntura nacional. O primeiro passo é, no entanto, conhecer o panorama de inclusão e exclusão financeiras do país, privilegiando o lado da demanda, ou seja, dos consumidores e não consumidores de produtos financeiros regulamentados. Tendo em consideração esse desafio, o Conselho Nacional de Estabilidade Financeira (CNEF) envidou esforços para promover este conhecimento, com, nomeadamente, a criação e aplicação de inquéritos nos principais mercados informais de Luanda, isto é, Asa Branca, Kikolo 1 e 2, Congolenses, Catinton e Mercado do Trinta.

### 4. ÍNDICE NACIONAL DE INCLUSÃO FINANCEIRA (IIF)<sup>2</sup>

De acordo com o Relatório de Estabilidade Financeira do 1.º Semestre de 2018, do BNA, a inclusão financeira é mensurada de acordo com os seguintes indicadores financeiros:

#### 4.1 ACESSO GEOGRÁFICO

- Terminais de pagamento automático (TPA) por 1.000 Km<sup>2</sup>;
- Caixas automáticos (CA) por 1.000 Km<sup>2</sup>;
- N.º de agências bancárias por 1.000 Km<sup>2</sup>.

#### 4.2 ACESSO DEMOGRÁFICO

- TPA por 100.000 pessoas;
- CA por 100.000 pessoas;
- N.º de agências bancárias por 100.000 pessoas.

#### 4.3 UTILIZAÇÃO

- Crédito ao sector privado/ PIB;
- Crédito ao sector privado/ 100.000 pessoas;
- Depósitos totais/ 100.000 pessoas;
- Depósitos totais/ PIB.

<sup>2</sup> Conteúdo a ser desenvolvido pelo BNA.



“Os dados do relatório revelam que Luanda é considerada, em termos relativos, como uma província de inclusão financeira de nível alto, na medida em que nela está concentrada grande parte da indústria financeira, notável pelo volume de depósitos, créditos concedidos, CA e TPA matriculados e em funcionamento, ao passo que as províncias do Cuanza Norte, Cabinda, Namibe, Cuando Cubango e Benguela apresentaram um IIF de nível baixo e as restantes 12 províncias demonstraram um IIF muito baixo” (Relatório de Estabilidade Financeira do 1.º Semestre de 2018, BNA).

Por outro lado, o BNA tem vindo a implementar medidas que visam a promoção da inclusão financeira, de entre as quais se destaca a criação de contas bancárias simplificadas, designadamente a “Conta Bankita à Ordem” e a “Conta Bankita a Crescer”, que registam os seguintes dados:

- Até ao 2.º trimestre de 2018, foram abertas um total de 596.447 contas, representando um aumento de 14,82%, relativamente ao período homólogo;
- Foram abertas, no período em análise, 7.523 contas Bankita a Crescer, representando um aumento de 4,33%, relativamente ao período homólogo;
- 79.900 contas Bankita migraram para contas convencionais.

Para finalizar, decorreu um inquérito a nível nacional para averiguar o grau de inclusão financeira dos angolanos.

## 5. OBJECTIVOS DOS INQUÉRITOS

- Identificar o grau de inclusão financeira dos comerciantes;
- Aferir o nível de pré-disposição à adesão a produtos/serviços financeiros;
- Aferir as razões da não adesão a produtos/serviços financeiros;
- Averiguar as necessidades de crédito por sector;
- Compreender os principais motivos para solicitação de crédito;
- Identificar as principais fontes de dívida entre os comerciantes;
- Perceber os hábitos de poupança;
- Compreender o nível de adesão aos seguros;
- Constatar o estágio de inclusão digital.



## 6. ÂMBITO DE ANÁLISE

A mensuração do grau de inclusão financeira neste inquérito agrega as seguintes dimensões:

- **Conta bancária** - posse, identificação de motivos para a não titularização de conta bancária, documentos de identificação;
- **Pagamentos** - metodologia;
- **Poupança** - nível e metodologia;
- **Crédito** - aquisição e desejo de obtenção;
- **Seguro** - posse e tipologia;
- **Digital** - acesso à internet, realização de transacções *online* e Interesse pela venda de produtos/serviços *online*.

## 7. METODOLOGIA

Técnica de observação não participante, nomeadamente a construção e aplicação de um inquérito por questionário de administração indirecta e recolha de dados estatísticos.

- **Construção dos inquéritos:** as questões foram elaboradas pelo Secretariado Executivo do CNEF e incluem perguntas de resposta fechada, aberta, múltipla e dicotómica;
- **Aplicação dos inquéritos:** os mercados foram divididos por áreas, tendo sido inquirido um número equiparado de comerciantes por cada área;
- **Amostra probabilística:** 2940 inquéritos, representativos de 10% dos comerciantes de cada mercado;
- **Trabalho no terreno:** realizado por colaboradores do CNEF, ARSEG, BNA, CMC, INADEC e representantes dos mercados;
- **Análise dos resultados:** compilação de dados através do *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - Pacote Estatístico para as Ciências Sociais)* e posterior análise.



Tabela 2 – Áreas

TC. 2.

Área	Produtos/serviços comercializados
Campo	Produtos agrícolas
Frescos	Peixe e carne
Diversos	Produtos de higiene e cosmética, electrodomésticos, equipamentos de som, cigarros, entre outros produtos
Fardos	Vestuário
Moagens	Farinhas
Animais Vivos	Galinhas, coelhos, patos, cabras, porcos, entre outros animais
Zunga	Transporte de passageiros e mercadorias
Casas de Processo	Armazenamento de mercadoria e/ou venda a grosso de produtos aos comerciantes do mercado
Comes e Bebes	Restauração
Matadouros	Carne abatida
Comércio	Produtos importados
Material de Construção	Material de construção



# PERFIL GERAL

Perfil Geral e Identificação

---



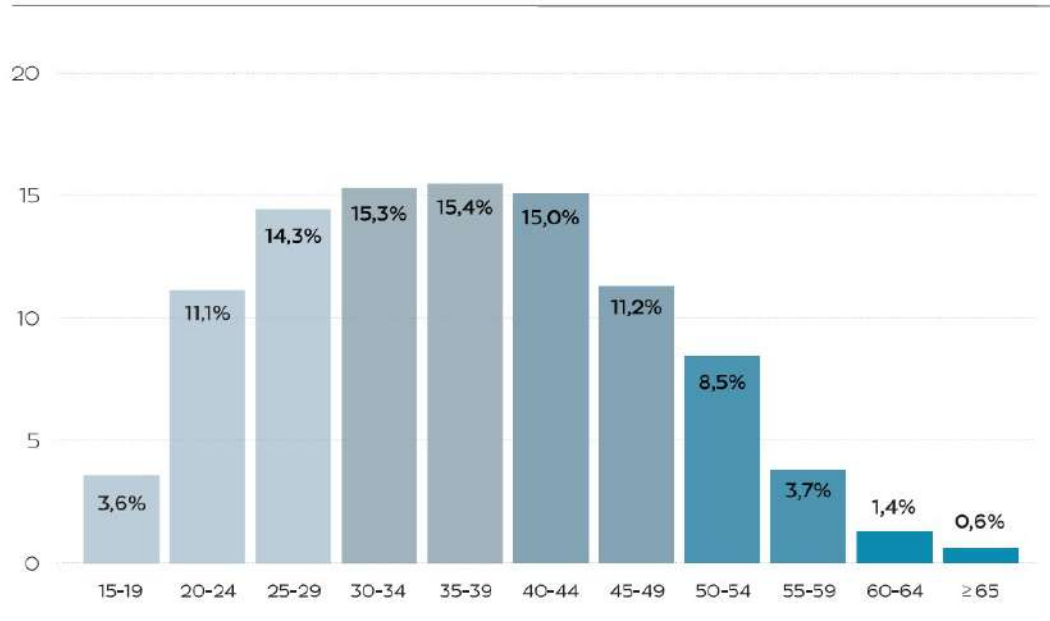




## 8. PERFIL GERAL

**Idade:** a maioria da população (45,7%) concentra-se no intervalo dos 30 aos 44 anos de idade. Dos 15 aos 39 anos, a tendência é crescente, e dos 40 anos em diante, decrescente.

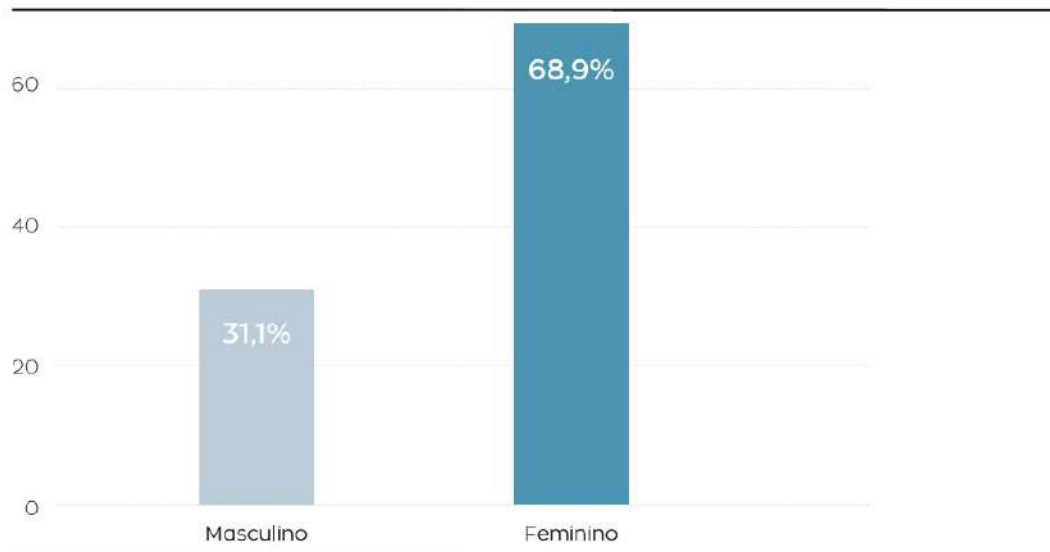
Gráfico 1 - Idade





- **Género e residência:** a população inquirida é predominantemente feminina (68,9%). Viana (36,2%), Cacuaco (22,6%), Cazenga (20,4%) e Luanda (8,1%) são os municípios onde residem mais inquiridos.

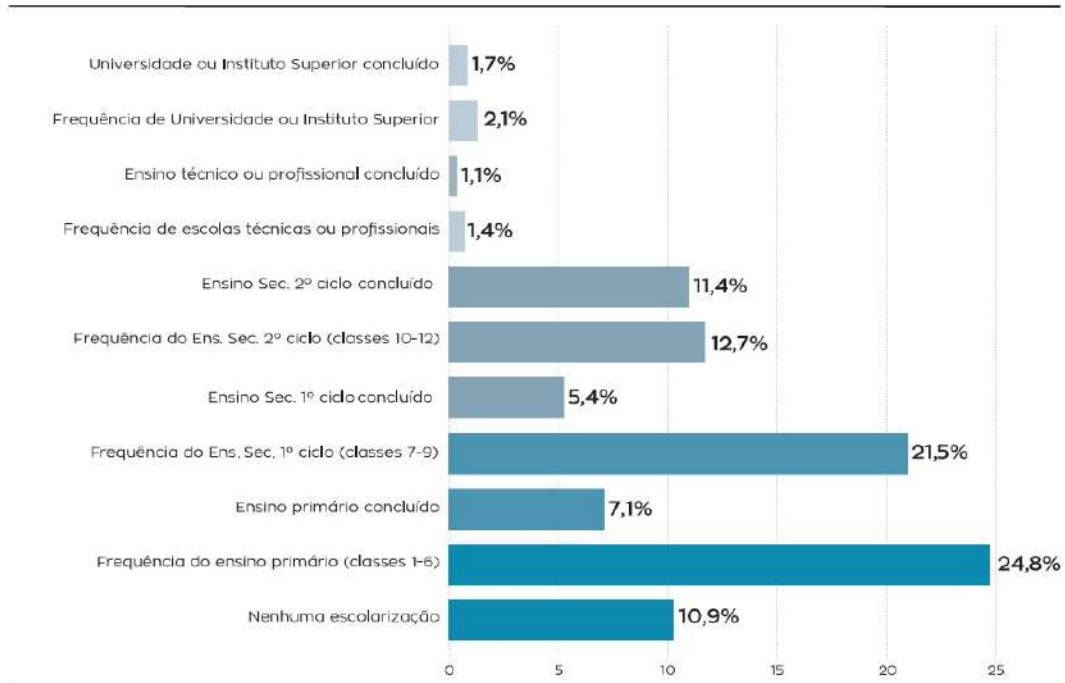
Gráfico 2 - Género





- **Grau de escolaridade:** 24,8% dos inquiridos frequentaram o ensino primário - classes 1-6; 21,5%, o ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9; e 12,7%, o ensino secundário do 2.º ciclo - classes 10-12. 10,9% não têm escolaridade e apenas 1,7% concluíram a universidade ou o ensino superior.

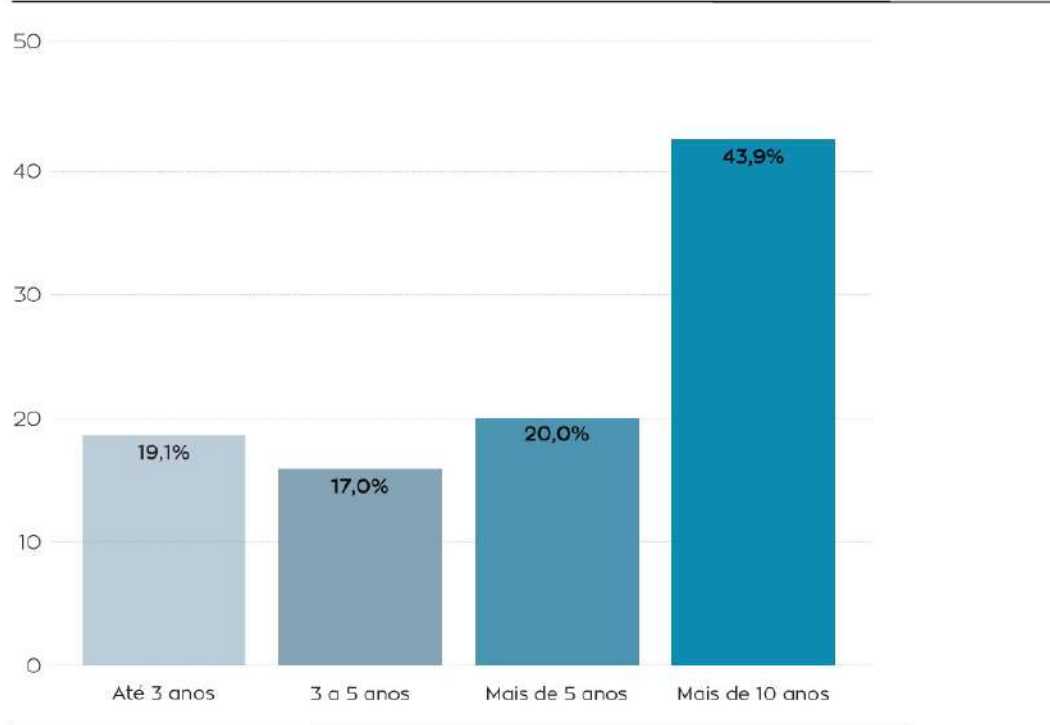
Gráfico 3 - Grau de escolaridade





- **Tempo no mercado:** 20% dos inquiridos exercem a sua actividade comercial há mais de 5 anos e 43,9% há mais de 10 anos.

Gráfico 4 - Tempo de actividade no mercado



# MÉTODOS DE PAGAMENTO

---







## 9. MÉTODO DE PAGAMENTO

- Na realização de transacções comerciais, a utilização de dinheiro físico representa 88,2% das operações de pagamento;
- A utilização do TPA corresponde a 1,2% do total das operações, mas 80% dos comerciantes gostariam de disponibilizar aos seus clientes esse método de pagamento.

Gráfico 5 - Método de pagamento

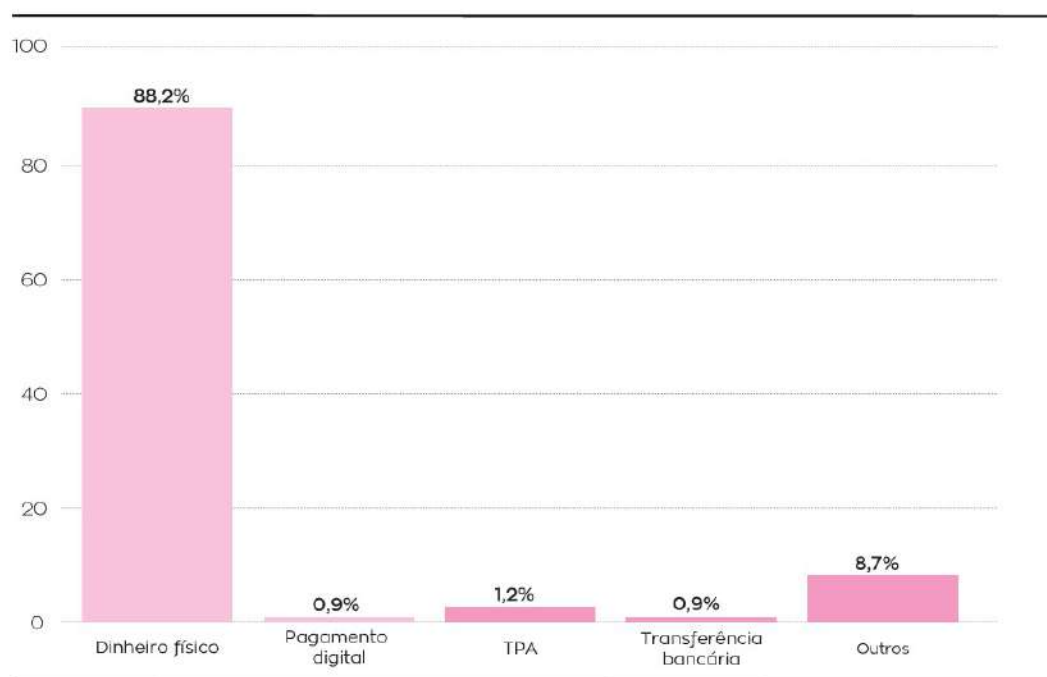


Tabela 3 - Métodos de pagamento alternativos

TC.3

Tabela 3 - Métodos de pagamento alternativos	
Cheque	1,7%
Pagamento digital	4,1%
TPA	80,0%
Transferência bancária	8,9%
Outros	5,3%



## 9.1 MÉTODO DE PAGAMENTO POR MERCADO

- **Dinheiro físico:** em todos os mercados predomina o pagamento por dinheiro físico. No Mercado do 30 e do Catinton, 99,8% e 97,3% das operações de pagamento, respectivamente, são transaccionadas com dinheiro físico; no Asa Branca, 86,1%; nos Congolenses, 82,1%; no Kikolo 2, 79,6%; e no Kikolo 1, 81,3%;
- **Pagamento digital:** com um registo de 35 casos, o Kikolo 1 é o mercado onde se verificam mais utilizadores deste método de pagamento, seguido do Kikolo 2, com 10 casos. No Catinton foram observados apenas 2 casos, no Asa Branca 4 e nos Congolenses 5. Não se verificaram pagamentos digitais no Mercado do 30;
- **TPA:** em geral, este método de pagamento é raramente, ou nunca, utilizado. Verificam-se mais casos nos mercados do Kikolo 2, Kikolo 1 e Asa Branca, com uma taxa de utilização de 1,4%, 1,3% e 1,1%, respectivamente. Em todos os mercados, mais de dois terços dos comerciantes gostariam de ter um TPA para receber pagamentos;
- **Transferência bancária:** ao todo, foram registados apenas 4 casos de utilização desta modalidade de pagamento, 3 no Kikolo 1 e 1 caso nos Congolenses. O pagamento por transferência bancária é o segundo método alternativo mais almejado pelos comerciantes.

## 9.2 MÉTODO DE PAGAMENTO POR ÁREA

- Os comerciantes mais diversificados quanto à metodologia de pagamento pertencem aos Diversos, Material de Construção, Cosméticos, Fardos e Frescos;
- Nas Casas de Processo, Matadouros e Moagens, os pagamentos processam-se apenas por dinheiro físico, sendo este o único método de pagamento transversal a todas as áreas e também o mais utilizado;
- Os comerciantes que utilizam o TPA para pagamentos pertencem às seguintes áreas: Animais Vivos (2%), Cosméticos (0,9%), Diversos (2%), Fardos (0,6%), Frescos (0,5%), Material de Construção (0,5%) e Zunga/Roboteiros (0,9%);
- O pagamento digital é utilizado por comerciantes em mais áreas (7) do que a transferência bancária (2), nomeadamente: Campo (0,6%), Comes e Bebes (1,2%), Cosméticos (3,4%), Diversos (0,8%), Fardos (1,3%), Frescos (4,9%) e Material de Construção (5,9%). Foram observados casos de transferências bancárias nas áreas de Material de Construção (3 casos) e Diversos (1 caso);
- Mais de dois terços dos comerciantes gostariam de ter um TPA;
- A transferência bancária é o segundo método de pagamento que mais comerciantes gostariam de disponibilizar aos seus clientes.

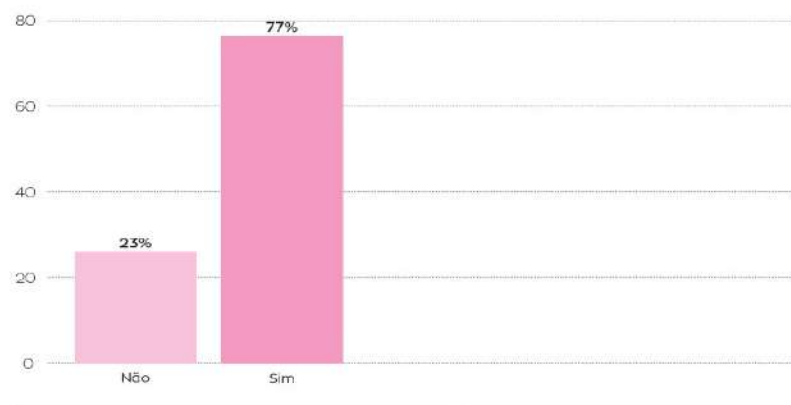


## 10. IDENTIFICAÇÃO

77% dos inquiridos têm bilhete de identidade e, desta proporção, 92,1% têm o bilhete válido. Em alternativa a este documento, para efeitos de identificação, os inquiridos recorrem à cédula de nascimento (42,1%) e ao cartão de eleitor (40,4%). 5% dos comerciantes não têm documentos de identificação.

### Gráfico 6 - Titularização de bilhete de identidade

Tem bilhete de identidade?



### Gráfico 7 - Validade do bilhete de identidade

Se sim, qual é o estado do seu bilhete de identidade?

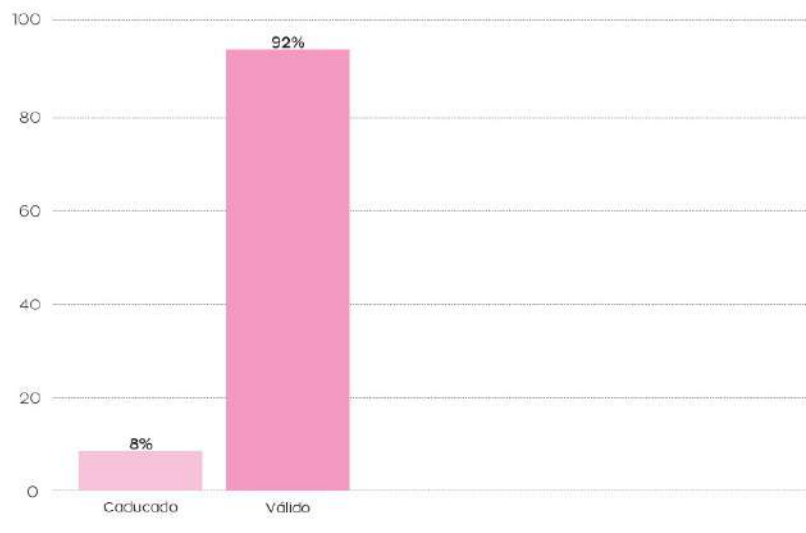
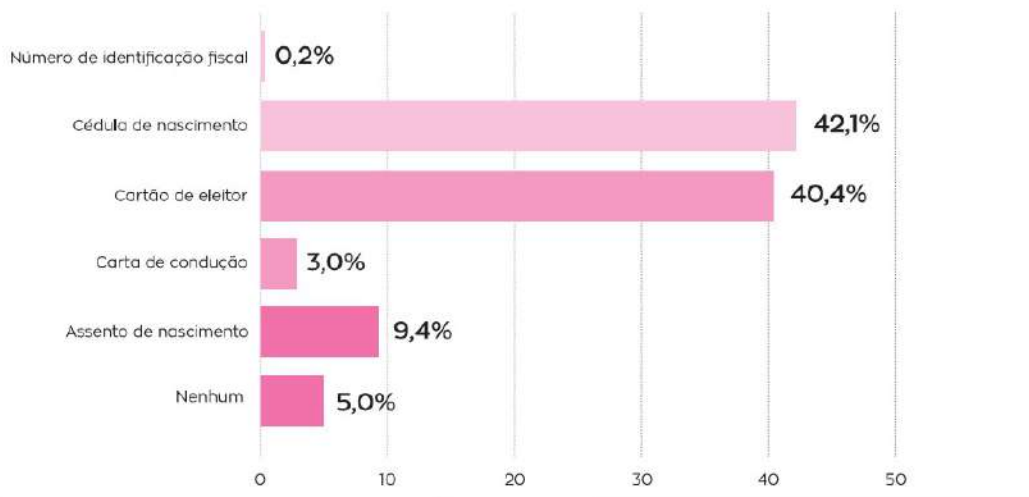




Gráfico 8 - Documentos de identificação alternativos



### 10.1 IDENTIFICAÇÃO POR MERCADO

- Os mercados onde menos comerciantes têm bilhete de identidade são: Mercado do 30 (61%), Catinton (69%) e Kikolo 1 (77%). Inversamente, nos Congolenses (93,5%) e no Kikolo 2 (91,3%), mais comerciantes têm bilhete de identidade;
- Em alternativa ao bilhete de identidade, os comerciantes dos Congolenses (83,3%), Catinton (69,5%) e Kikolo 2 (68,8%) utilizam mais a cédula de nascimento, enquanto que no Mercado do 30 (52,6%) e no Asa Branca (57,9%), os comerciantes recorrem ao cartão de eleitor.

Tabela 4 - Titularização de bilhete de identidade por mercado

TC. 4

Tabela 4 - Titularização de bilhete de identidade por mercado			
Mercado	Tem bilhete de identidade?		Total
	Não	Sim	
Asa Branca	13%	87%	100%
Congolenses	6%	94%	100%
Catinton	31%	69%	100%
Kikolo 1	23%	77%	100%
Kikolo 2	9%	91%	100%
Mercado do 30	39%	61%	100%



Tabela 5 - Documentos de identificação alternativos por mercado

Tabela 5 - Documentos de identificação alternativos por mercado						
Mercado	Assento de nascimento	Carta de condução	Cartão de eleitor	Cédula de nascimento	Número de identificação fiscal	Nenhum
Asa Branca	31,6%	10,5%	57,9%	47,4%	5,3%	
Congolenses	8,3%	8,3%	16,7%	83,3%		
Catinton	8,5%		28,8%	69,5%		
Kikolo 1	25%	8,3%	43,3%	58,3%		
Kikolo 2	9,4%		43,8%	68,8%		3,1%
Mercado do 30	2,6%	1,3%	52,6%	32,5%		11,1%



# BANCARIZAÇÃO

---







## 11. BANCARIZAÇÃO

- A taxa de bancarização é de 36,7%;
- 69% dos comerciantes não bancarizados gostariam de ser titulares de uma conta bancária;
- 87,2% nunca se sentiram lesados pelo banco;
- Daqueles que já se sentiram lesados pelo banco, 48,8% reclamaram e 61,5% consideram que a sua situação não ficou resolvida;
- 91,5% reclamaram no banco; 3,7% no INADEC; e 4,9% noutras instituições;
- Os comerciantes não são titulares de contas bancárias porque, entre outros: acreditam que não têm dinheiro suficiente para abrir uma conta (28,1%), não têm tempo (17,3%), não têm conhecimento (12,6%) e não confiam nos bancos (10,6%);
- Os principais motivos para a titularização de conta bancária são: segurança (37,2%), poupança (29,4%) e depósitos (11%);
- As operações bancárias mais frequentes são: levantamentos (28%), transferências (16%) e poupança (12,5%);
- Nos mercados informais de Luanda, as instituições bancárias com mais clientes são: BFA (19,8%), BAI (18,3%), BIC (14,8%), BMA (11,5%), BPC (10,3%) e BSOL (9,8%).

Gráfico 9 - Titularização de conta bancária

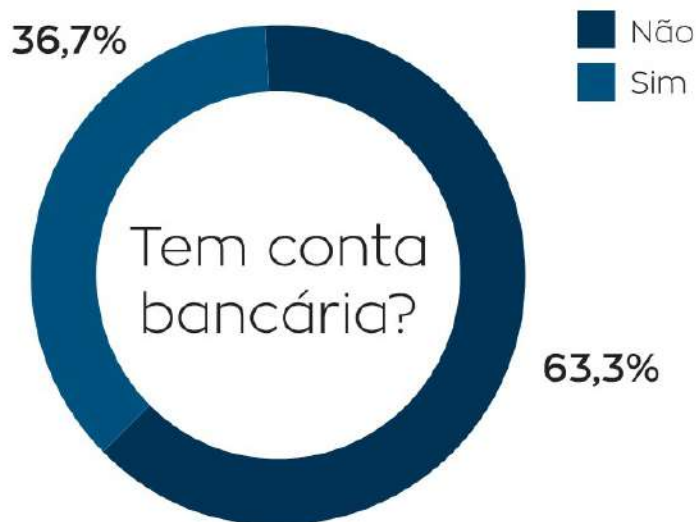




Gráfico 10 - Motivos para a não titularização de conta bancária

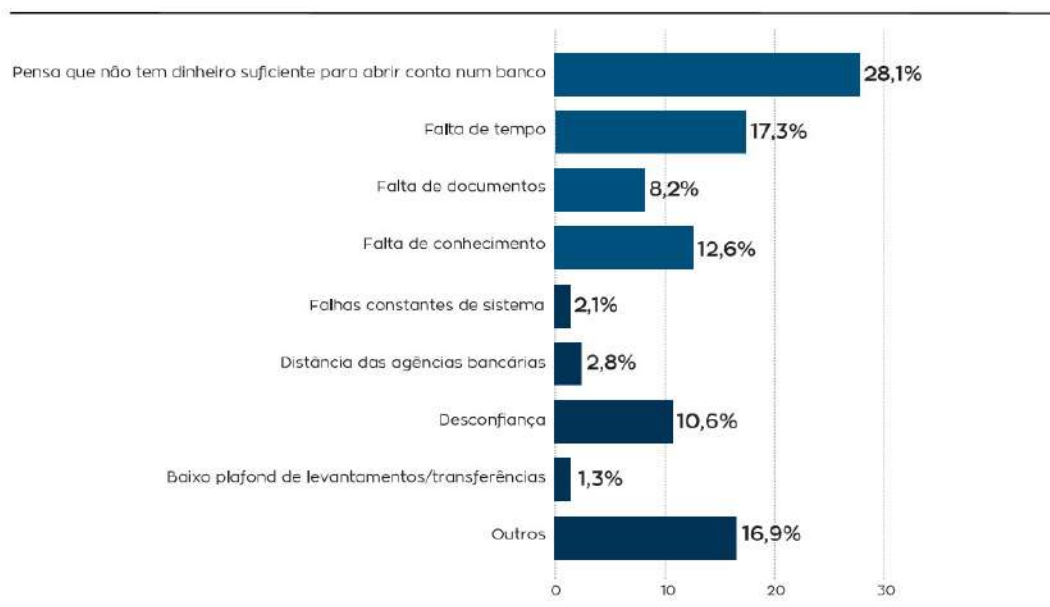


Gráfico 11 - Interesse na titularização de conta bancária





Gráfico 12 - Motivos para a titularização de conta bancária

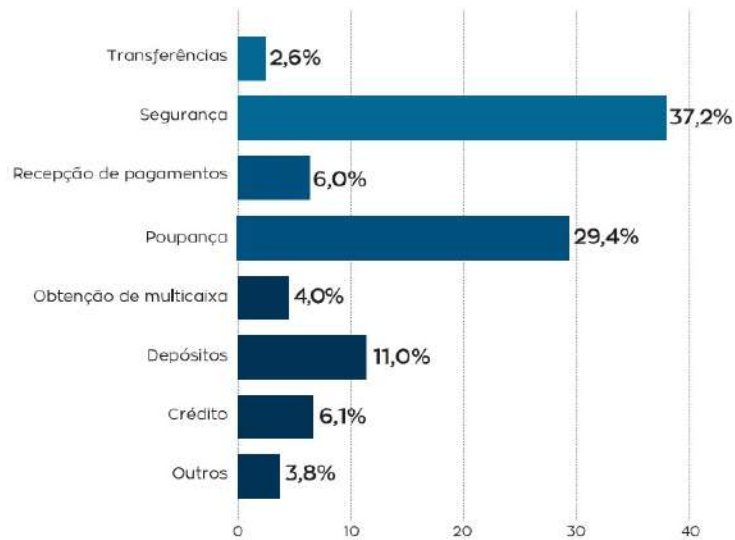


Gráfico 13 - Tipologia de operações bancárias

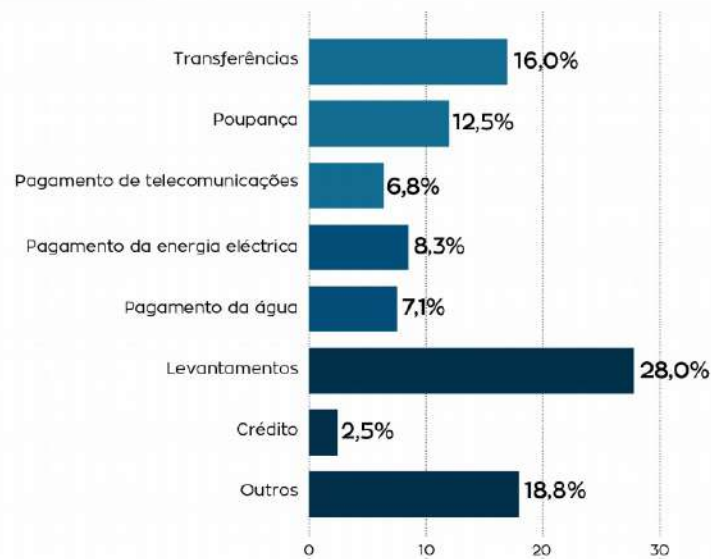




Gráfico 14 - Quota de mercado dos bancos

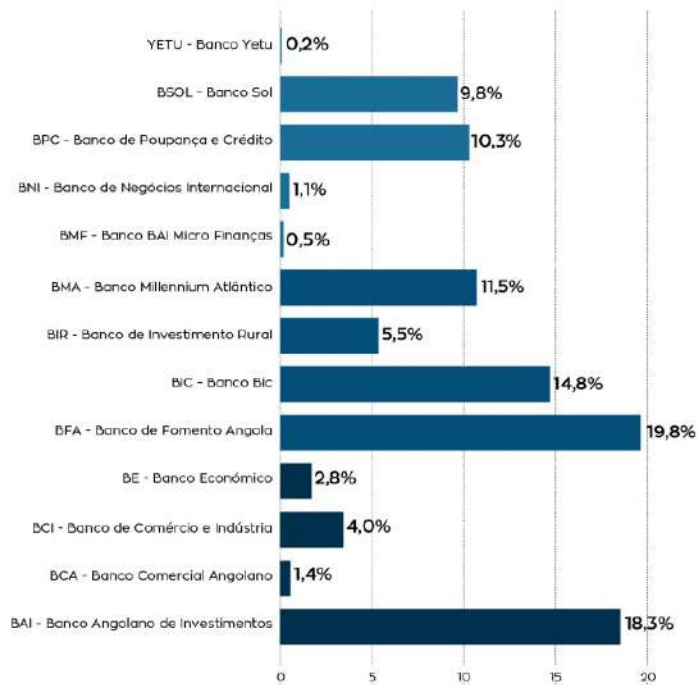


Gráfico 15 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesado pelo banco

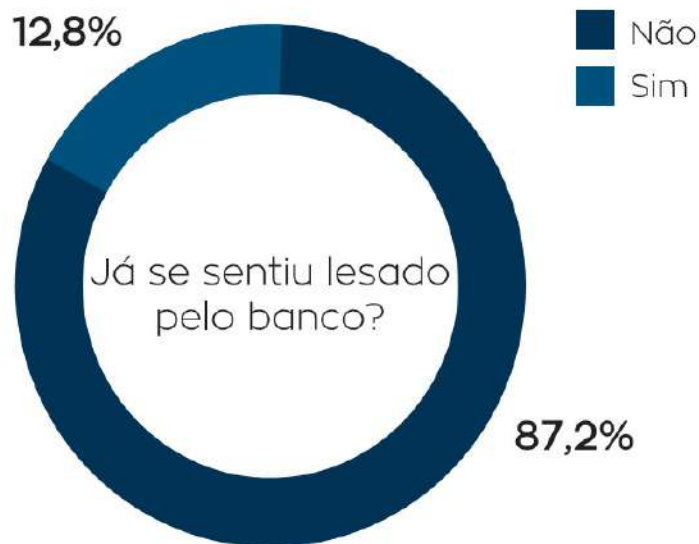




Gráfico 16 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou

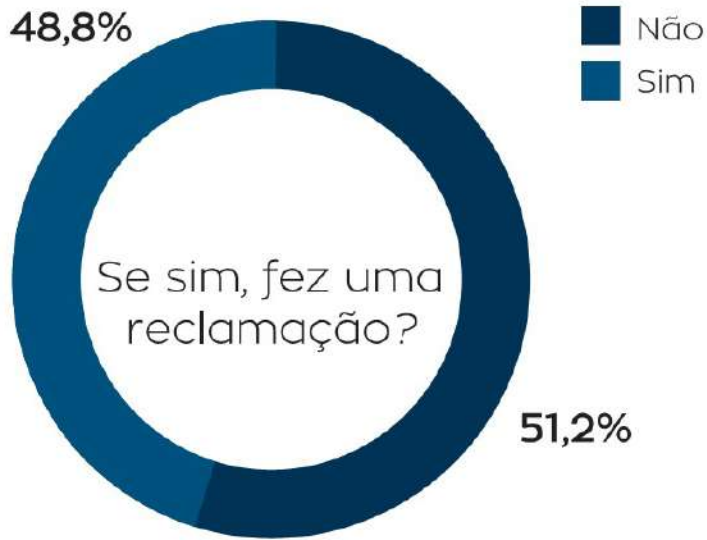


Gráfico 17 - Pontos de reclamação

Se sim, onde fez a sua reclamação?

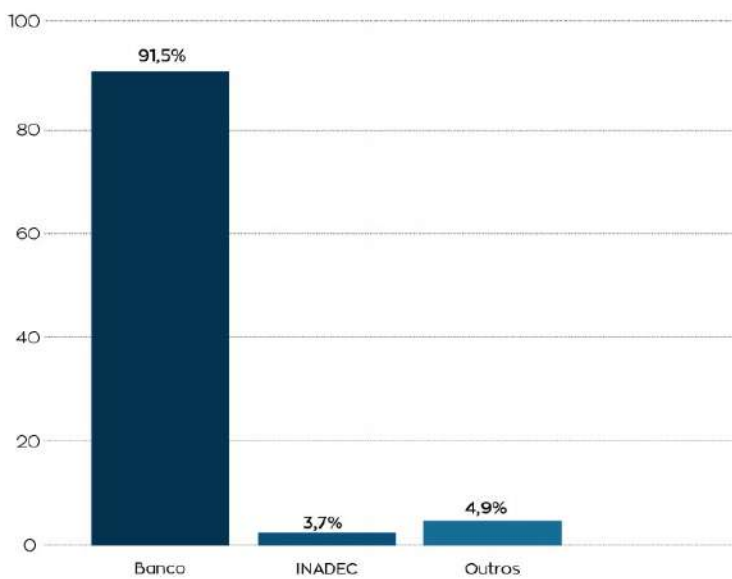
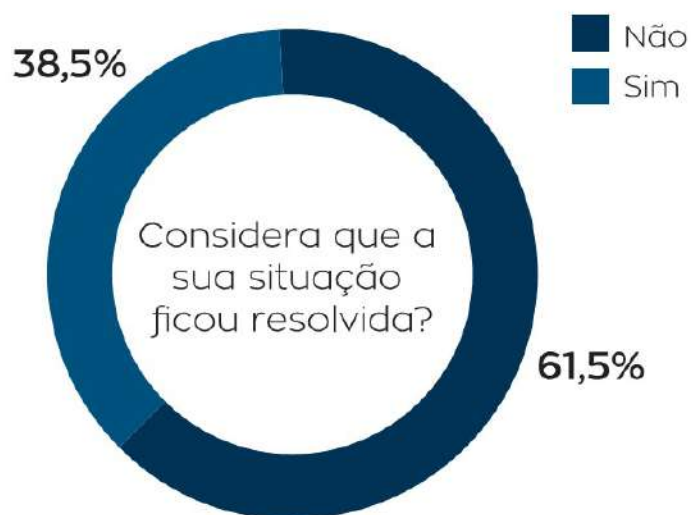




Gráfico 18 - Resolução de reclamações



### 11.1 IDENTIFICAÇÃO POR BANCARIZADOS E NÃO BANCARIZADOS

- 65% dos comerciantes excluídos do sistema bancário têm bilhete de identidade. Destes, 88% têm o bilhete de identidade válido;
- Em alternativa ao bilhete de identidade, os comerciantes que não têm conta bancária utilizam a cédula de nascimento (41,8%) ou o cartão de eleitor (40,7%) para efeitos de identificação.

Tabela 6 - Titularização de bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados

TC. 6

Tabela 6 - Titularização de bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados			
Tem conta bancária?	Tem bilhete de identidade?		Total
	Não	Sim	
Não	35%	65%	100%
Sim	1,4%	98,6%	100%



Tabela 7 - Validade do bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados

TC.7

Tabela 7 - Validade do bilhete de identidade por bancarizados e não bancarizados			
Tem conta bancária?	Qual é o estado do seu bilhete de identidade?		Total
	Caducado	Válido	
Não	12%	88%	100%
Sim	3,2%	96,8%	100%

Tabela 8 - Documentos de identificação alternativos por bancarizados e não bancarizados

TC.8

Tabela 8 - Documentos de identificação alternativos por bancarizados e não bancarizados							
Tem conta bancária?	Assento de nascimento	Carta de condução	Cartão de eleitor	Cédula de nascimento	Número de identificação fiscal	Passaporte	Nenhum
Não	9%	2,2%	40,7%	41,8%	0,2%	1%	5,1%
Sim	14,8%	14,8%	22,2%	40,7%		3,7%	3,7%

## 11.2 POUPANÇA POR BANCARIZADOS E NÃO BANCARIZADOS

- Os comerciantes bancarizados (66%) poupam mais do que os não bancarizados (44%);
- Os bancarizados (33%) poupam mais para a reforma do que os não bancarizados (21%);
- A maioria dos inquiridos bancarizados (64%) poupa o seu dinheiro depositando-o no banco, enquanto os não bancarizados (71%) poupam o seu dinheiro guardando-o em casa;
- As principais fontes de sustento planeadas para a velhice por bancarizados e não bancarizados são: filhos, família alargada e trabalho.



Gráfico 19 - Poupança por bancarizados e não bancarizados

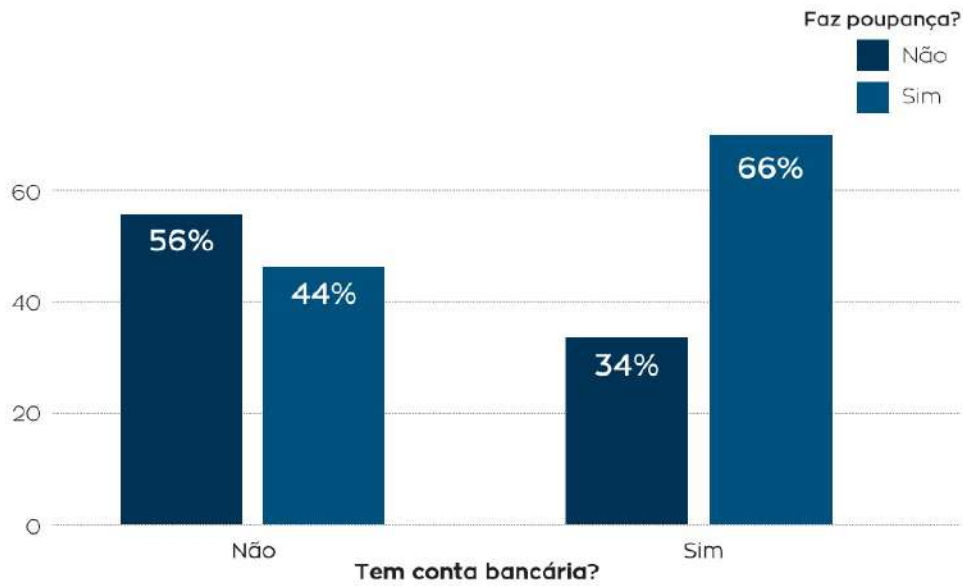


Gráfico 20 - Poupança para a reforma por bancarizados e não bancarizados

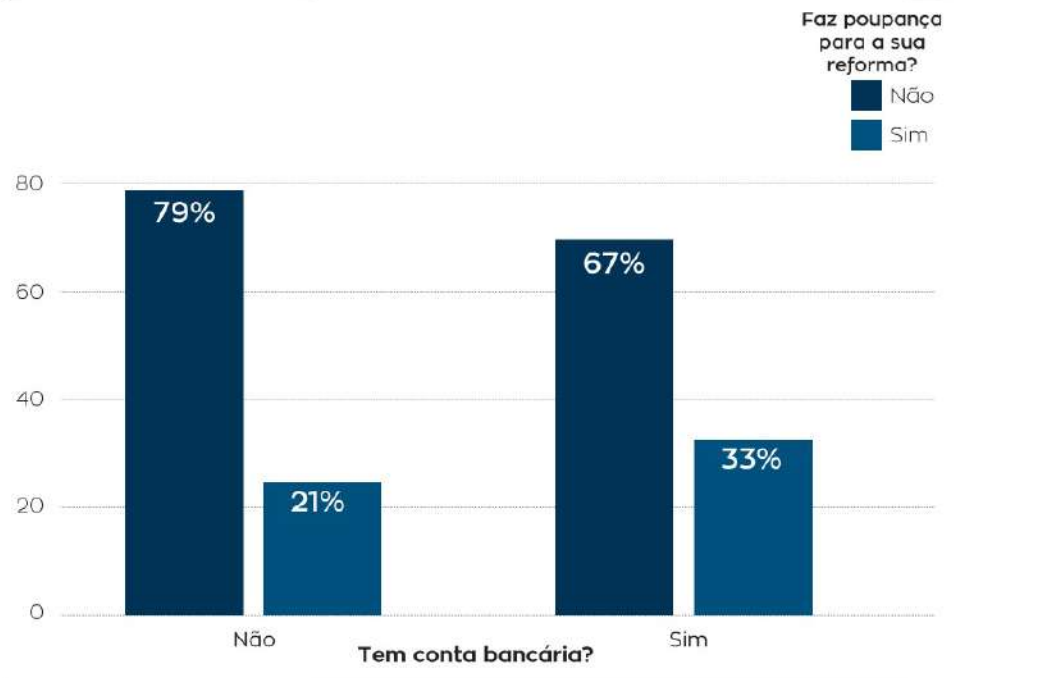




Tabela 9 - Método de poupança por bancarizados e não bancarizados

TC.9

Tabela 9 - Método de poupança por bancarizados e não bancarizados				
Tem conta bancária?	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Não	6%	22%	71%	1%
Sim	64%	8%	27%	1%

Tabela 10 - Planeamento financeiro para a velhice por bancarizados e não bancarizados

TC.10

Tabela 10 - Planeamento financeiro para a velhice por bancarizados e não bancarizados									
Tem conta bancária?	Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?								
	Estado	Trabalho	Cônjuge	Filhos	Pais	Família alargada	Amigos	Pensão	Outros
Não	3,2%	8,6%	4%	30,2%	3,4%	17,7%	0,9%	0,8%	31,1%
Sim	6,5%	11,1%	4,6%	26,7%	1,8%	17,6%	2%	1,8%	27,9%

### 11.3 CRÉDITO POR BANCARIZADOS E NÃO BANCARIZADOS

Os inquiridos que têm conta bancária obtiveram mais crédito do que os não bancarizados.

Tabela 11 - Obtenção de crédito por bancarizados e não bancarizados

TC.11

Tabela 11 - Obtenção de crédito por bancarizados e não bancarizados						
Tem conta bancária?	Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?					
	1 vez	2 vezes	3 a 5 vezes	Mais de 5 vezes	Mais de 10 vezes <sup>3</sup>	Total
Não	7,8%	15,9%	15,9%	22,0%	38,5%	100,0%
Sim	12,7%	12,2%	17,6%	16,7%	40,8%	100,0%

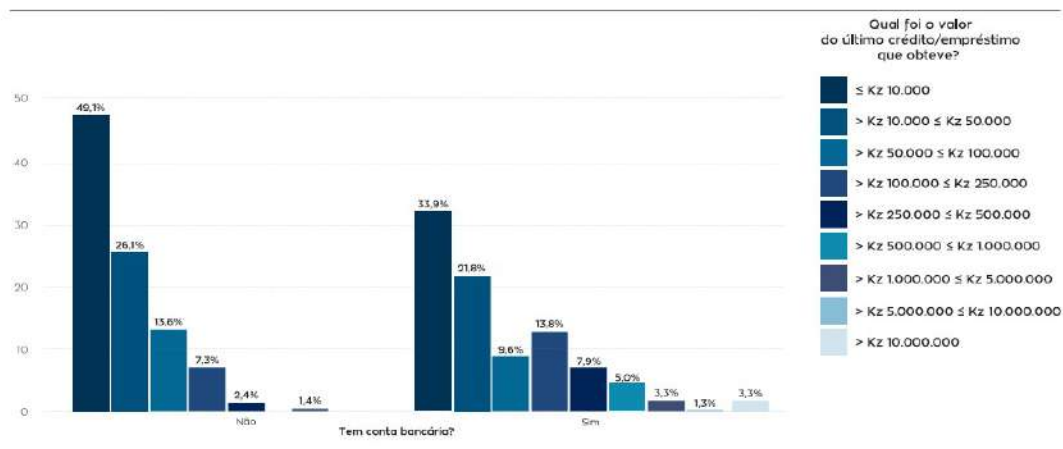
#### 11.3.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

Os inquiridos bancarizados obtiveram montantes de crédito significativamente mais altos do que aqueles que estão excluídos do sistema bancário.

<sup>3</sup> Na generalidade o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Gráfico 21 - Montante de crédito obtido por bancarizados e não bancarizados



### 11.3.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

Bancarizados e não bancarizados solicitam crédito pelos mesmos motivos, maioritariamente para investir nos seus negócios e pagar despesas de saúde ou familiares.

Tabela 12 - Finalidade do crédito obtido por bancarizados e não bancarizados

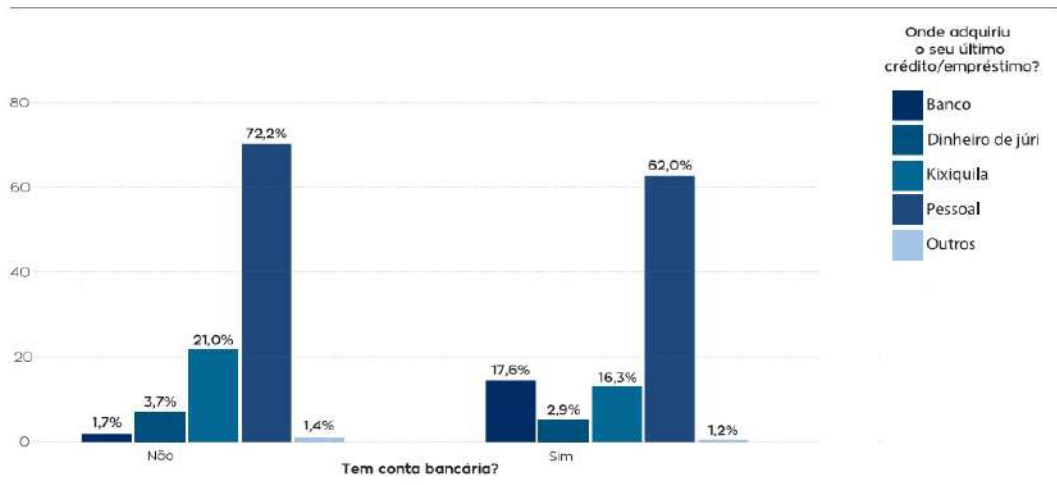
TC. 12

Tabela 12 - Finalidade do crédito obtido por bancarizados e não bancarizados								
Tem conta bancária?	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	7,2%	1,7%	55,2%	3,9%	12%	10%	3,1%	7%
Sim	4,5%	2,4%	56,6%	3,8%	11%	11,7%	1,4%	8,6%

### 11.3.3 FONTE CREDORA

Entre bancarizados e não bancarizados, a principal fonte credora é pessoal. Apenas 17,6% dos bancarizados e 1,7% dos inquiridos não bancarizados contraíram crédito bancário.

Gráfico 22 - Fonte credora por bancarizados e não bancarizados



#### 11.3.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- A maioria dos bancarizados e não bancarizados que afirma que nunca obteve crédito não pretende fazê-lo, contudo, a proporção de bancarizados (32,1%) predispostos a contrair crédito é superior à dos não bancarizados (16,4%);
- Mais bancarizados (59,3%) do que não bancarizados (47,9%) afirmam que gostariam de obter outro crédito.

Gráfico 23 - Interesse em obter crédito por bancarizados e não bancarizados

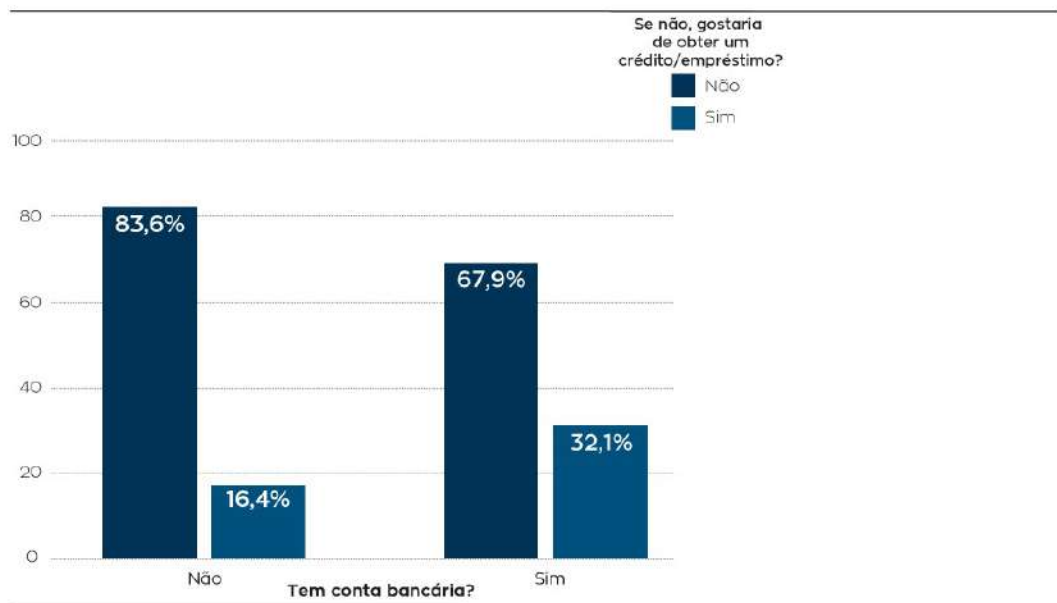
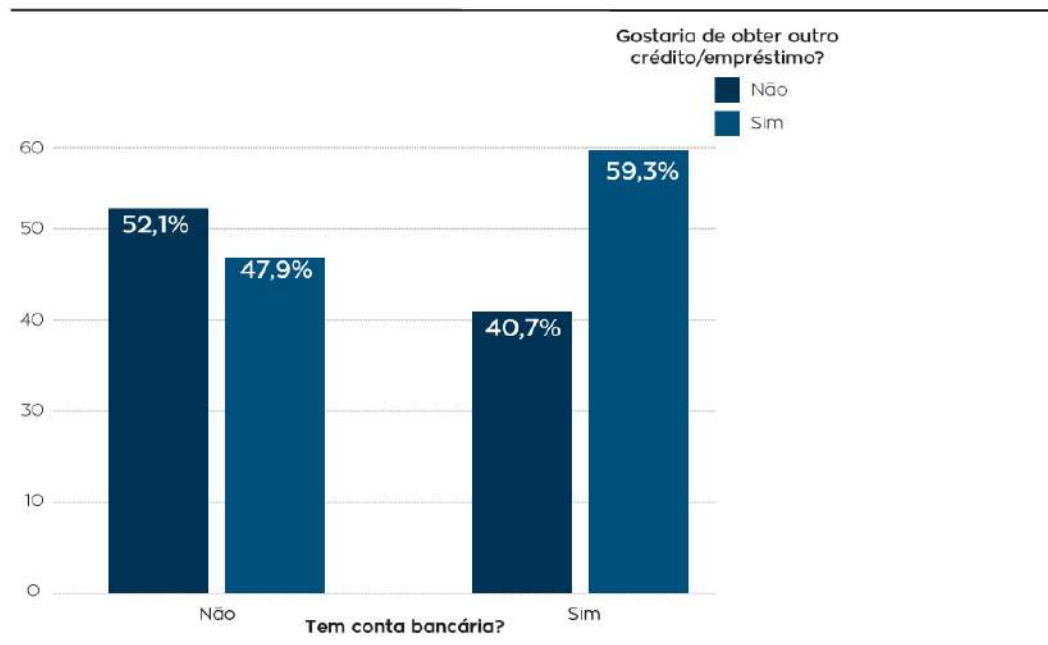




Gráfico 24 - Interesse em obter outro crédito por bancarizados e não bancarizados



### 11.3.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os comerciantes bancarizados gostariam de contrair créditos mais altos do que os não bancarizados;
- A maioria dos comerciantes não bancarizados almeja quantias não superiores a Kz 250.000, ao passo que, mais da metade dos bancarizados gostaria de contrair créditos a partir de Kz 250.000, sendo que 18,6% destes gostariam de contrair créditos, entre Kz 1.000.000 e Kz 5.000.000;
- O banco é a fonte credora mais desejada por bancarizados e não bancarizados;
- Bancarizados e não bancarizados gostariam de obter crédito pelos mesmos motivos: investir no próprio negócio, pagar despesas de saúde e familiares.

Gráfico 25 - Montante de crédito almejado por bancarizados e não bancarizados

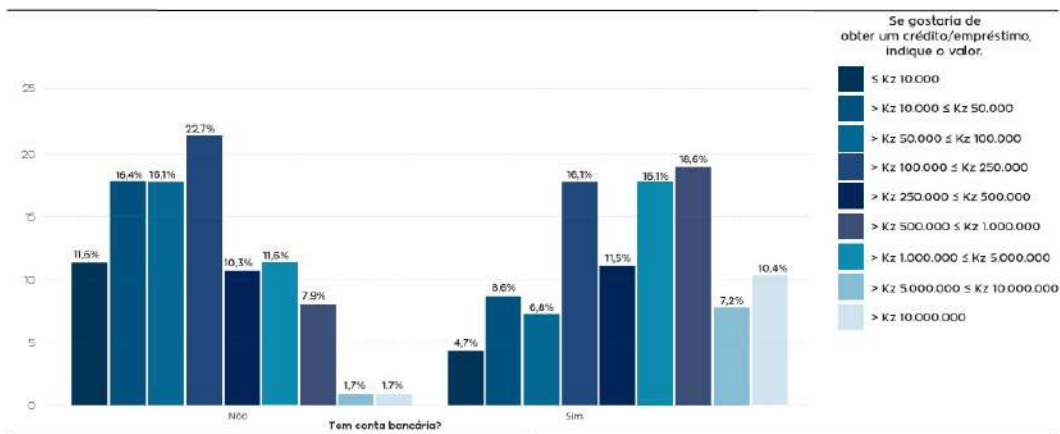


Gráfico 26 - Fonte credora almejada por bancarizados e não bancarizados

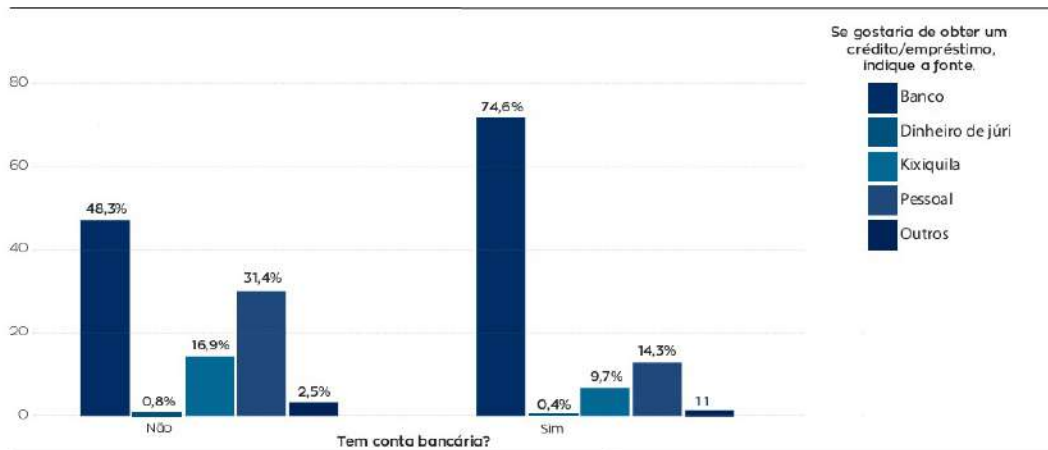


Tabela 13 - Finalidade do crédito almejado por bancarizados e não bancarizados

TC.13

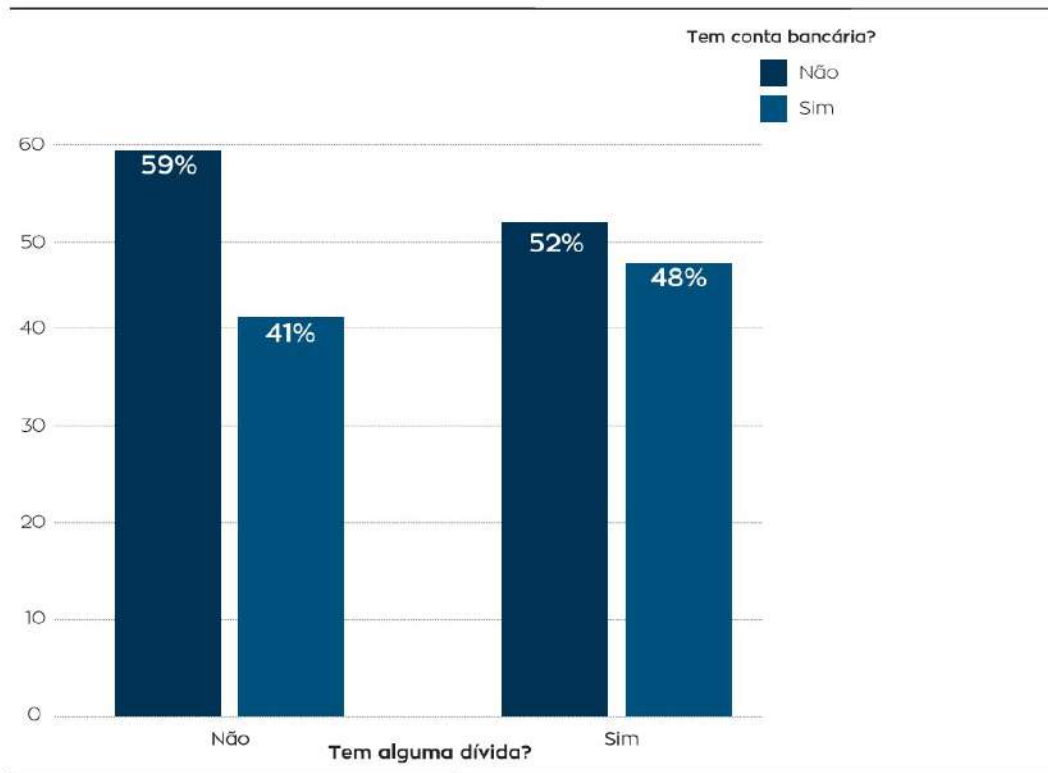
Tabela 13 - Finalidade do crédito almejado por bancarizados e não bancarizados							
Tem conta bancária?	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	1,8%	75,3%	2,2%	6,1%	6,8%	0,4%	7,5%
Sim	2,5%	77,5%	2,5%	5,8%	5,2%	0,3%	6,2%



#### 11.4 BANCARIZAÇÃO POR DEVEDORES E NÃO DEVEDORES

Entre os comerciantes devedores, 48% têm conta bancária; ao passo que entre os não devedores 41% têm conta bancária.

Gráfico 27 - Taxa de bancarização por devedores e não devedores



#### 11.5 SEGURO POR BANCARIZADOS E NÃO BANCARIZADOS

- A proporção de inquiridos não segurados, entre bancarizados e não bancarizados, é superior a três quartos. No entanto, há mais tomadores de seguro bancarizados (11%) do que não bancarizados (3%);
- 62% dos comerciantes bancarizados gostariam de ter seguro, uma proporção que decresce para 48% entre os não bancarizados;
- 42% dos segurados bancarizados subscreveram o seguro automóvel e 76% dos segurados não bancarizados aderiram ao seguro de saúde;
- 74,2% dos comerciantes bancarizados e 85,6% dos não bancarizados que não têm seguro e gostariam de subscrever o seguro de saúde;
- O seguro de responsabilidade civil é a segunda modalidade mais almejada pelos inquiridos bancarizados e o seguro automóvel pelos inquiridos não bancarizados.
-



Gráfico 28 - Titularização de seguro por bancarizados e não bancarizados

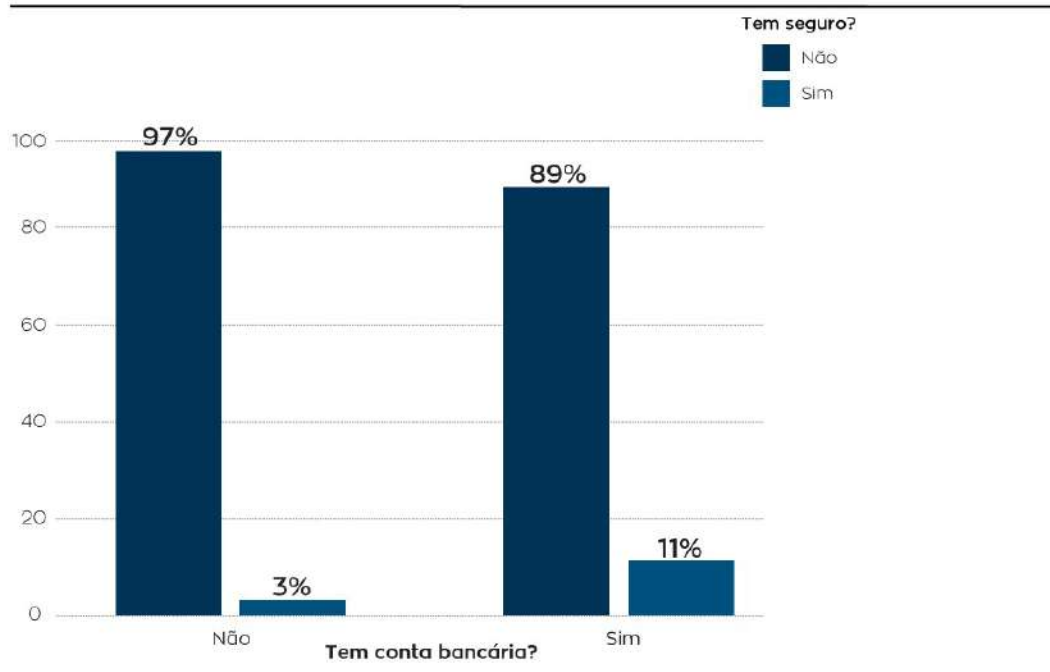


Tabela 14 - Tipologia de seguro subscrita por bancarizados e não bancarizados

TC.14

Tabela 14 - Tipologia de seguro subscrita por bancarizados e não bancarizados					
Tem conta bancária?	Seguro automóvel	Seguro de mercadoria	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Não	12%		8%	76%	4%
Sim	42%	3,4%	9,1%	33%	12,5%



Gráfico 29 - Interesse pela titularização de seguro por bancarizados e não bancarizados

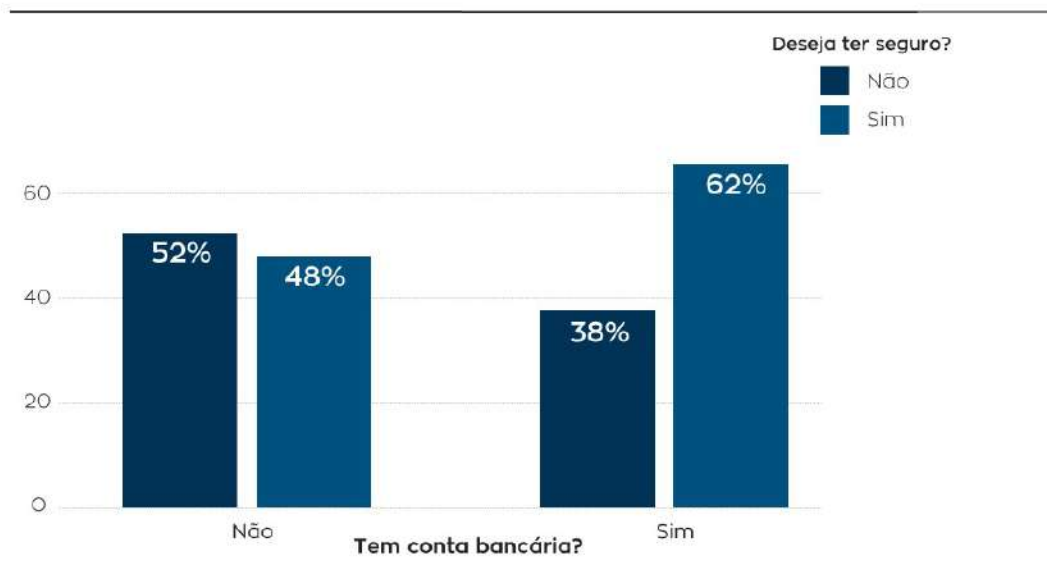


Tabela 15 - Tipologia de seguro almejada por bancarizados e não bancarizados

TC. 15

Tabela 15 - Tipologia de seguro almejada por bancarizados e não bancarizados				
Tem conta bancária?	Seguro automóvel	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Não	6,9%	5,2%	85,6%	2,3%
Sim	10,7%	12%	74,2%	3,2%



## 11.6 ACESSO À INTERNET POR BANCARIZADOS E NÃO BANCARIZADOS

- Os comerciantes bancarizados (63%) têm mais acesso à internet do que os não bancarizados (23%);
- O telemóvel é a principal ferramenta de acesso à internet, mas os inquiridos bancarizados utilizam mais o computador do que os não bancarizados;
- A grande maioria não efectua transacções *online*, mas os bancarizados (9%) realizam mais transacções pela internet do que os não bancarizados (1%) e executam operações mais diversificadas;
- Os comerciantes excluídos do sistema bancário não efectuam transacções/operações *online* através de aplicativos bancários;
- Os comerciantes bancarizados (38%) são mais propensos a vender os seus produtos/ serviços *online* do que os não bancarizados (21%).

Gráfico 30 - Acesso à internet por bancarizados e não bancarizados

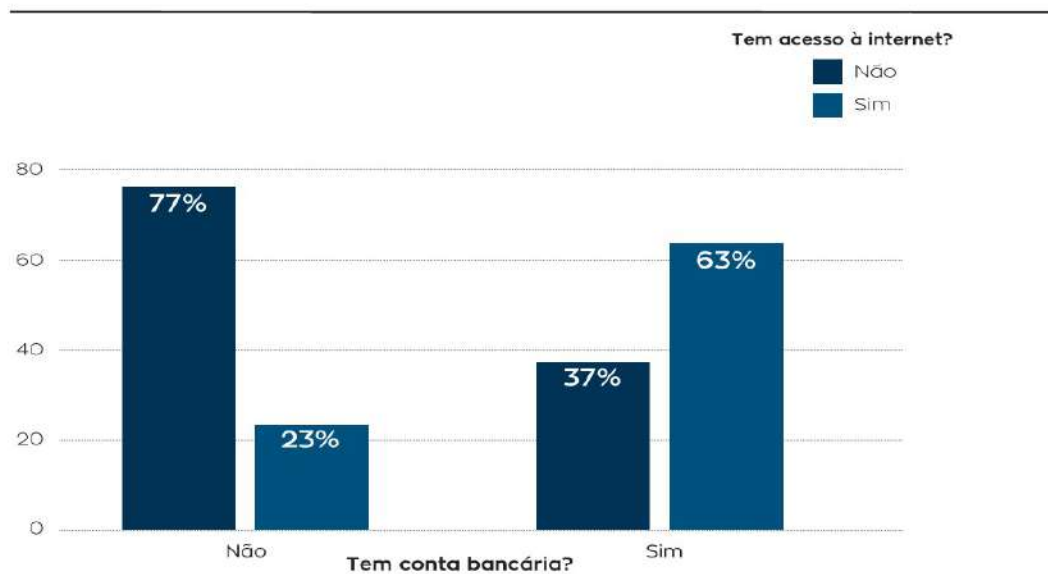


Tabela 16 - Dispositivos de acesso à internet por bancarizados e não bancarizados

TC.16

Tabela 16 - Dispositivos de acesso à internet por bancarizados e não bancarizados			
Tem conta bancária?	Computador	Telemóvel	Outros
Não	5,7%	89,5%	4,8%
Sim	10%	79,7%	10,3%



Gráfico 31 - Realização de transacções *online* por bancarizados e não bancarizados

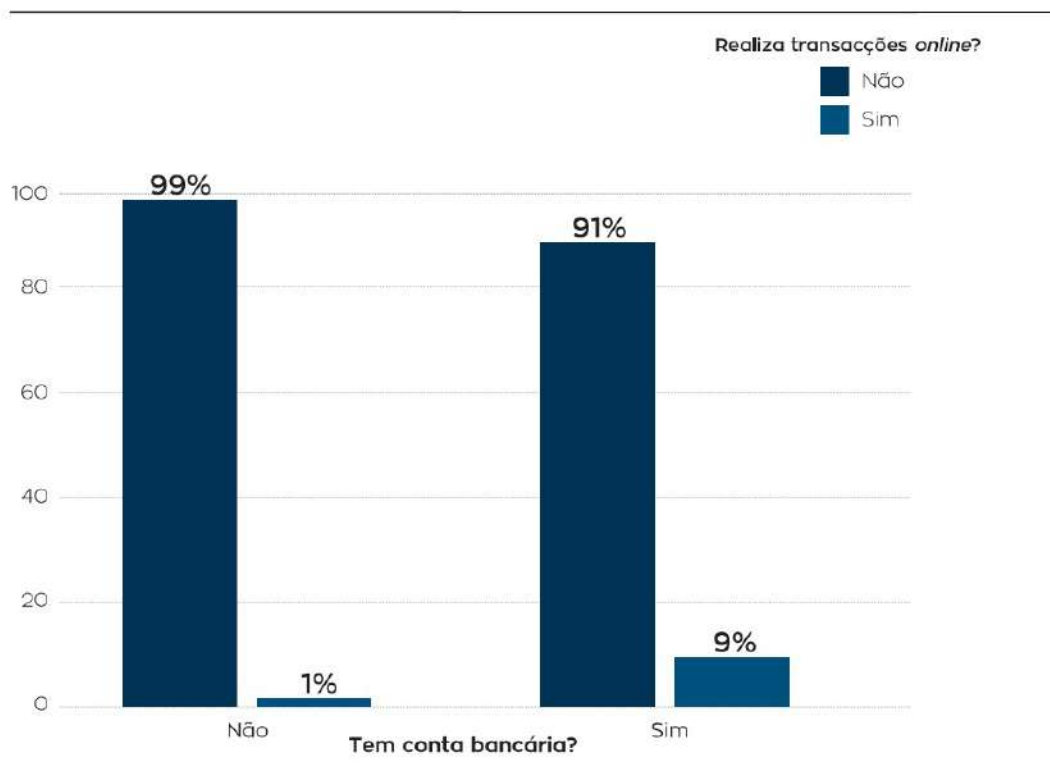


Tabela 17 - Operações efectuadas *online* por bancarizados e não bancarizados

TC. 17

Tem conta bancária?	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
Não	50%	8,3%				25%	8,3%	8,3%
Sim	16,7%	5,6%	11,1%	10%	6,7%	33,3%	4,4%	12,2%

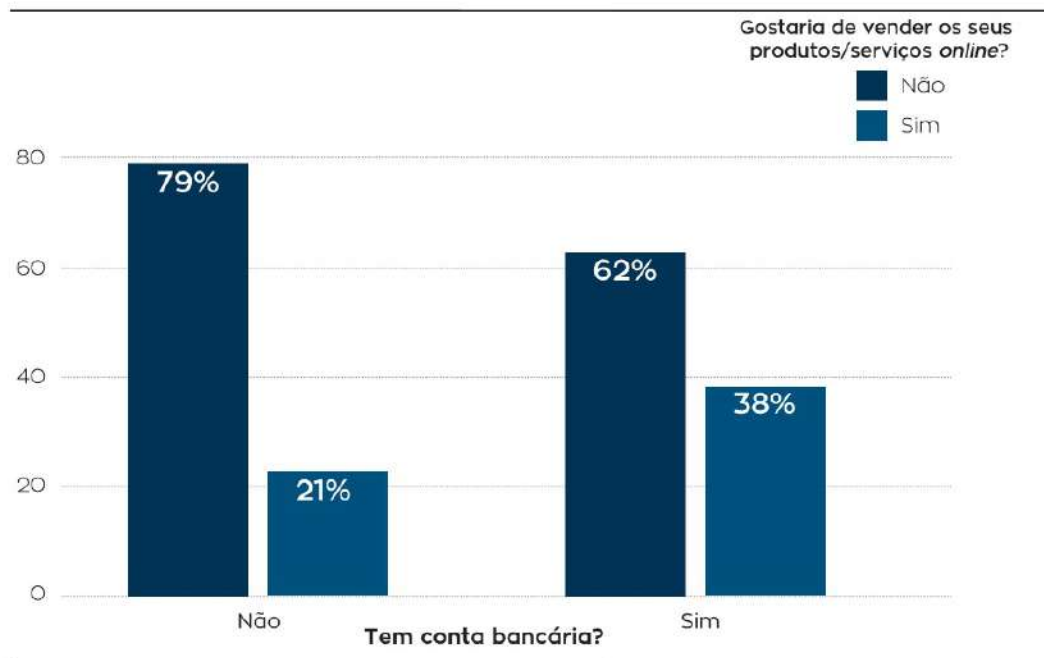


Tabela 18 - Aplicativos utilizados para realizar transacções *online* por bancarizados e não bancarizados

TC.18

Tabela 18 - Aplicativos utilizados para realizar transacções <i>online</i> por bancarizados e não bancarizados					
Bancarizados	BAI Directo	BFA App	Atlântico Mobile Banking	Multicaixa Express	BIC Net
	40%	36%	12%	8%	4%

Gráfico 32 - Interesse na comercialização de produtos/serviços *online* por bancarizados e não bancarizados





## 11.7 BANCARIZAÇÃO POR MERCADO

- Os mercados com a taxa de bancarização mais elevada são o Kikolo 2 e os Congolenses, com 57,5% e 62,4%, respectivamente. Os mercados onde mais comerciantes estão excluídos do sistema bancário são o Mercado do 30, com uma taxa de bancarização de 24,1%, e o Catinton, com 22,7% de bancarizados;
- Há mais comerciantes interessados na inclusão no sistema bancário nos seguintes mercados: Kikolo 2 (78,3%), Catinton (77,1%) e Congolenses (67,1%);
- Nos mercados onde a taxa de bancarização é mais elevada, Kikolo 2 e Congolenses, é maior a proporção de inquiridos que já se sentiu lesada pelo banco, 18,4% e 15,9% respectivamente;
- No Kikolo 2, 52,5% dos comerciantes que sentiram lesados pelo banco reclamaram, mas apenas 34,4% consideram que a sua situação ficou resolvida;
- Nos Congolenses, 42,9% dos comerciantes que se sentiram lesados pelo banco reclamaram, destes, 27,3% consideram que a sua situação ficou resolvida;
- No Catinton, 83,3% dos comerciantes que reclamaram consideram que a sua situação não ficou resolvida;
- No Asa Branca, 57,1% dos comerciantes que reclamaram consideram que a sua situação ficou resolvida.

### 11.7.1 QUOTA DE MERCADO DOS BANCOS POR MERCADO:

- Asa Branca: BFA (18,1%), BIC (18,1%), BPC (16%), BAI (11,1%) e BSOL (10,4%);
- Congolenses: BFA (21,9%), BAI (17,6%), BIC (11,2%), BCI (9,1%) e BMA (9,1%);
- Catinton: BIC (23,9%), BFA (22,5%), BMA (16,9%), BPC (11,3%), BSOL (7%) e BAI (7%);
- Kikolo 1: BFA (22,7%), BAI (19,1%), BMA (15,2%), BIC (10,5%) e BSOL (9,4%);
- Kikolo 2: BAI (29,2%), BFA (13,6%), BIC (13,3%), BSOL (12,1%) e BMA (11,2%);
- Mercado do 30: BFA (25,9%), BIC (22,2%), BPC (15,4%), BSOL (11,7%) e BMA (9,3%).

### 11.7.2 PRINCIPAIS MOTIVOS PARA A NÃO TITULARIZAÇÃO DE CONTA BANCÁRIA POR MERCADO:

- Asa Branca: falta de tempo (27%), pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (17,5%), desconfiança (11,9%) e falta de conhecimento (10,3%);
- Congolenses: desconfiança (24,4%), pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (20,9%), falta de tempo (16,3%) e falta de conhecimento (11,6%);
- Catinton: pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (29,9%), falta de tempo (23,9%), desconfiança (6,5%), falta de conhecimento (4,3%) e falta de documentos (4,3%);
- Kikolo 1: pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (28%), falta de tempo (17,9%), falta de conhecimento (12,3%) e desconfiança (11%);
- Kikolo 2: falta de tempo (23,9%), pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (18,9%), desconfiança (18,9%) e falta de conhecimento (10,6%);



- Mercado do 30: pensar que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária (35,4%), falta de documentos (19,6%), falta de conhecimento (18%) e falta de tempo (8,9%).

### 11.7.3 PRINCIPAIS MOTIVOS PARA A TITULARIZAÇÃO DE CONTA BANCÁRIA POR MERCADO:

- Asa Branca: poupança (31,9%), segurança (28,5%), depósitos (18,1%) e recepção de pagamentos (9%);
- Congolenses: segurança (40,6%), poupança (23,2%), depósitos (12,3%) e crédito (8,3%);
- Catinton: depósitos (26,6%), poupança (25%) e segurança (25%);
- Kikolo 1: segurança (34,6%), poupança (31,2%), recepção de pagamentos (8,6%) e depósitos (7,9%);
- Kikolo 2: segurança (41,9%), poupança (32,1%), depósitos (7,3%) e crédito (6,3%).

### 11.7.4 PRINCIPAIS OPERAÇÕES REALIZADAS COM O BANCO POR MERCADO:

- Asa Branca: levantamentos (31%), poupança (15,8%) e transferências (12%);
- Congolenses: levantamentos (35,7%), transferências (23,3%), pagamento da energia eléctrica (12,8%);
- Catinton: poupança (34,1%), levantamentos (23%) e transferências (5,9%);
- Kikolo 1: levantamentos (20,7%), transferências (12%) e poupança (11,3%);
- Kikolo 2: levantamentos (31,7%), transferências (19,9%), e poupança (9,9%).

Tabela 19 - Titularização de conta bancária por mercado

TC. 19

Tabela 19 - Titularização de conta bancária por mercado			
Mercado	Tem conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Asa Branca	57,8%	42,2%	100%
Congolenses	37,6%	62,4%	100%
Catinton	77,3%	22,7%	100%
Kikolo 1	68,8%	31,2%	100%
Kikolo 2	42,5%	57,5%	100%
Mercado do 30 (IP)	75,9%	24,1%	100%



Tabela 20 - Motivos para a não titularização de conta bancária por mercado

TC. 20

Tabela 20 - Motivos para a não titularização de conta bancária por mercado									
Mercado	Baixa obtenção de incentivos/transferências	Desconfiança	Distância das agências bancárias	Falhas constantes de sistema	Falta de conhecimento	Falta de documentos	Falta de tempo	Penso que não tem dinheiro suficiente para abrir conta bancária	Outros
Asa Branca	5,6%	11,9%	6,3%	4,8%	10,3%	2,4%	27%	17,5%	14,3%
Congolenses		34,4%	1,2%	1,3%	11,6%	9,3%	16,5%	30,9%	15,1%
Catinton	0,5%	0,5%	11%	11%	4,3%	4,3%	23,9%	29,9%	26,3%
Kikolo 1	2,2%	11%	3,4%	2,4%	12,3%	2,6%	17,9%	26%	20,3%
Kikolo 2	0,6%	18,9%	2,8%	3,3%	10,6%	1,7%	23,9%	18,9%	19,4%
Mercado do 30 (6%)	0,2%	5,6%	2,2%	1,3%	18%	19,6%	8,9%	33,4%	8,7%

Tabela 21 - Motivos para a titularização de conta bancária por mercado

TC. 21

Tabela 21 - Motivos para a titularização de conta bancária por mercado								
Mercado	Credito	Depositos	Obtenção de multicaixa	Poupança	Recepção de pagamentos	Segurança	Transferências	Outros
Asa Branca	3,5%	18,1%	3,5%	31,9%	9%	28,5%	2,8%	2,8%
Congolenses	8,3%	12,3%	5,4%	23,2%	6,5%	40,6%	0,7%	2,9%
Catinton	3,1%	26,6%	3,1%	25%	1,6%	25%	4,7%	10,9%
Kikolo 1	5,5%	7,9%	2,4%	31,2%	8,6%	34,6%	4,8%	5,1%
Kikolo 2	6,3%	7,3%	4,5%	32,1%	3,3%	41,9%	1,8%	2,8%

Tabela 22 - Quota de mercado dos bancos por mercado

TC. 22

Tabela 22 - Quota de mercado dos bancos por mercado													
Mercado	BAI	BCA	BCI	BE	BFA	BIC	BR	BMA	BMF	BNI	BPC	B50L	YETU
Asa Branca	11,1%	2,1%	4,9%	2,1%	18,1%	18,1%	6,3%	8,3%	1,4%	1,4%	16%	10,4%	
Congolenses	17,6%	2,7%	9,1%	5,3%	21,9%	11,2%	8%	9,1%		1,1%	8,6%	5,3%	
Catinton	7%		4,2%	1,4%	22,5%	23,9%	1,4%	16,9%		2,8%	11,3%	7%	1,4%
Kikolo 1	10,1%	2%	2,7%	3,1%	22,7%	10,5%	3,5%	15,2%	1,2%	1,6%	9%	9,4%	
Kikolo 2	29,2%	0,9%	2,4%	2,4%	13,6%	13,3%	6,5%	11,2%	0,3%	0,9%	7,1%	12,1%	0,3%
Mercado do 30	6,9%		2,5%	1,9%	25,9%	22,2%	4,9%	9,3%			15,4%	11,7%	



Tabela 23 - Tipologia de operações bancárias por mercado

TC. 23

Tabela 23 - Tipologia de operações bancárias por mercado								
Mercado	Crédito	Levantamentos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Poupança	Transferências	Outros
Asa Branca	4,3%	31%	4,9%	6%	10,3%	15,8%	12%	15,8%
Congolenses	1,3%	35,7%	4,6%	12,8%	5,6%	7,9%	23,3%	8,9%
Catinton	3%	23%	3,7%	3%	3,7%	34,1%	5,9%	23,7%
Kikolo 1	3,2%	20,7%	10,6%	7,4%	4,2%	11,3%	12%	30,4%
Kikolo 2	1,7%	31,7%	6,5%	8,9%	9,7%	9,9%	19,9%	11,8%

Tabela 24 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por mercado

TC. 24

Tabela 24 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por mercado			
Mercado	Já se sentiu lesado pelo banco?		Total
	Não	Sim	
Asa Branca	90%	10%	100%
Congolenses	84,1%	15,9%	100%
Catinton	91,1%	8,9%	100%
Kikolo 1	90,3%	9,7%	100%
Kikolo 2	81,6%	18,4%	100%

Tabela 25 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por mercado

TC. 25

Tabela 25 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por mercado			
Mercado	Se sim, fez uma reclamação?		Total
	Não	Sim	
Asa Branca	50%	50%	100%
Congolenses	57,1%	42,9%	100%
Catinton	45,5%	54,5%	100%
Kikolo 1	54,2%	45,8%	100%
Kikolo 2	47,5%	52,5%	100%



Tabela 26 - Pontos de reclamação por mercado

TC. 26

Tabela 26 - Pontos de reclamação por mercado			
Mercado	Banco	INADEC	Outros
Asa Branca	100%		
Congolenses	85,7%	7,1%	7,1%
Catinton	100%		
Kikolo 1	81,8%	9,1%	9,1%
Kikolo 2	96,9%		3,1%

Tabela 27 - Resolução de reclamações por mercado

TC. 27

Tabela 27 - Resolução de reclamações por mercado			
Mercado	Considera que a sua situação ficou resolvida?		Total
	Não	Sim	
Asa Branca	42,9%	57,1%	100%
Congolenses	72,7%	27,3%	100%
Catinton	83,3%	16,7%	100%
Kikolo 1	50%	50%	100%
Kikolo 2	65,6%	34,4%	100%



## 11.8 BANCARIZAÇÃO POR ÁREA

- As áreas mais bancarizadas são: Cosméticos (54,5%), Diversos (52,9%), Fardos (44,6%) e Material de Construção (42,4%). Nestas, a proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco é superior nos Cosméticos (20,9%), Fardos (14,1%), Diversos (12,9%) e Material de Construção (11,2%);
- As áreas menos bancarizadas são: Zunga/Roboteiros (13%), Campo (16,5%), Frescos (31,5%) e Moagens (33,3%); Em todas as áreas, mais de metade dos inquiridos excluídos do sistema bancário gostaria de ser titular de uma conta bancária;
- As áreas onde mais inquiridos fora do sistema bancário gostariam de ter uma conta bancária são: Fardos (82,3%), Zunga/Roboteiros (80,9%), Cosméticos (74,1%), Comércio (71,4%), Campo (67,6%) e Material de Construção (64,8%);
- O BAI é o único banco transversal a todas as áreas de negócio;
- Nos Cosméticos e Diversos, a maioria dos comerciantes é cliente do banco BAI;
- Nos Fardos, Frescos, Material de Construção e Zunga/Roboteiros, o BFA agrega o maior número de clientes.

Tabela 28 - Titularização de conta bancária por área

TC.28

Tabela 28 - Titularização de conta bancária por área			
Área	Tem conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Campo	83,5%	16,5%	100%
Comércio	58,3%	41,7%	100%
Comes e Bebés	60%	40%	100%
Cosméticos	45,5%	54,5%	100%
Diversos	47,1%	52,9%	100%
Fardos	55,4%	44,6%	100%
Frescos	68,5%	31,5%	100%
Material de Construção	57,6%	42,4%	100%
Moagens	66,7%	33,3%	100%
Zunga/ Roboteiros	87%	13%	100%



Tabela 29 - Interesse na titularização de conta bancária por área

TC. 29

Tabela 29 - Interesse na titularização de conta bancária por área			
Área	Gostaria de ter conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Campo	32,4%	67,6%	100%
Comércio	28,6%	71,4%	100%
Comes e Bebés	50%	50%	100%
Cosméticos	25,9%	74,1%	100%
Diversos	35,5%	64,5%	100%
Fardos	17,7%	82,3%	100%
Frescos	35,8%	64,2%	100%
Material de Construção	35,2%	64,8%	100%
Móveis	100%		100%
Zungu/ Roboteiros	19,1%	80,9%	100%

Tabela 30 - Quota de mercado dos bancos por área

TC. 30

Tabela 30 - Quota de mercado dos bancos por área													
Área	BAI	SCA	BCI	BE	BFA	BIC	BIR	BMA	BMF	BNI	BPC	BSOL	YETU
Campo	5,2%		5,2%	1,7%	22,4%	19,0%	1,7%	17,2%		3,4%	13,8%	8,6%	1,7%
Comércio	5,6%		5,6%		5,6%	33,3%		11,7%			11,1%	27,8%	
Comes e Bebés	5,9%		23,5%		29,4%	11,8%	5,9%	5,9%			17,6%		
Cosméticos	26,1%	1,0%	2,5%	2,0%	14,3%	13,3%	4,4%	13,3%		1,0%	7,9%	13,8%	0,5%
Diversos	27,9%	2,7%	3,8%	3,6%	15,6%	13,4%	7,7%	7,9%	0,3%	1,6%	8,5%	6,8%	
Fardos	12,8%	0,8%	6,0%	3,0%	24,1%	12,8%	3,0%	13,5%	1,5%		10,5%	12,0%	
Frescos	7,5%	1,9%	3,8%	3,8%	24,5%	11,3%	11,3%	18,9%	1,9%		7,5%	7,5%	
Material de Construção	14,1%	0,7%	3,0%	4,4%	23,7%	11,9%	3,0%	15,6%	1,5%	1,5%	11,9%	8,9%	
Móveis	50,0%					50,0%							
Zungu/ Roboteiros	11,1%	11,1%	11,1%		44,4%		11,1%			11,1%			



## 11.9 BANCARIZAÇÃO POR GRUPO ETÁRIO

- Há mais bancarizados nos seguintes grupos etários: 55-59 (42,7%), 45-49 (42,3%), 30-34 (41,7%) e 50-54 (40,9%);
- A proporção de bancarizados é inferior nos seguintes grupos etários: 15-19 (12,9%), 20-24 (28,1%), ≥ 65 (33,3%);
- Em todos os grupos etários, mais de metade dos comerciantes excluídos do sistema bancário gostaria de ser titular de uma conta bancária, excepto no grupo dos 60-64 anos;
- O interesse pela titularização de conta bancária é superior nos grupos etários onde se observam menos bancarizados, nomeadamente: 15-19 (12,9%), 20-24 (28,1%), ≥ 65 (33,3%);
- Quanto mais velhos os inquiridos, maior a crença de que não dispõem de dinheiro suficiente para serem titulares de uma conta bancária;
- Para além de pensarem que não têm dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária, os inquiridos dos 20 aos 34 anos são os que mais alegam que não têm tempo para fazê-lo;
- Os inquiridos entre 35-39 e 55-59 anos são os que mais desconfiam dos bancos;
- Os inquiridos entre 15-19 e 45-49 anos são os que mais afirmam que desconhecem o processo de abertura de uma conta;
- A poupança e a segurança são os principais motivos para a titularização de conta bancária, uma tendência que se repercute por todos os grupos etários, à excepção dos 15-19 e ≥ 65;
- Os bancos transversais a todos os grupos etários são o BFA e o BIC;
- O banco BAI agrega a maioria dos comerciantes dos seguintes grupos etários: 35-44, 55-59 e 60-64;
- O BFA é o banco de eleição entre os inquiridos dos 20 aos 34 anos, 50-54 anos e ≥ 65 anos;
- O BIC é o principal banco dos inquiridos entre 45-49 anos;
- Em todos os grupos etários a operação bancária mais comum é o levantamento;
- Os comerciantes que mais se sentiram lesados pelo banco têm entre 25-29 e 45-49 anos; os menos bancarizados (15-24 anos) são os que menos se sentiram lesados pelo banco.



Tabela 31 - Titularização de conta bancária por grupo etário

TC. 31

Tabela 31 - Titularização de conta bancária por grupo etário			
Grupo etário	Tem conta bancária?		Total
	Não	Sim	
15-19	87,1%	12,9%	100,0%
20-24	71,9%	28,1%	100,0%
25-29	61,2%	38,8%	100,0%
30-34	58,3%	41,7%	100,0%
35-39	62,9%	37,1%	100,0%
40-44	66,5%	33,5%	100,0%
45-49	57,7%	42,3%	100,0%
50-54	59,1%	40,9%	100,0%
55-59	57,3%	42,7%	100,0%
60-64	62,1%	37,9%	100,0%
≥65	66,7%	33,3%	100,0%

Tabela 32 - Motivos para a não titularização de conta bancária por grupo etário

TC. 32

Tabela 32 - Motivos para a não titularização de conta bancária por grupo etário									
Grupo etário	Baixo padrão de levantamentos/transferências	Desconfiança	Distância das agências bancárias	Falhas constantes do sistema	Falta de conhecimento	Falta de documentos	Falta de tempo	Pensa que não tem dinheiro suficiente para abrir conta bancária	Outros
15-19	15%	3,0%	1,5%		16,7%	15,2%	15,2%	18,2%	28,8%
20-24	0,5%	7,4%	1,6%	0,5%	10,5%	12,6%	23,7%	21,1%	22,1%
25-29	0,5%	8,6%	2,0%	2,5%	15,2%	8,1%	19,8%	23,4%	18,8%
30-34		8,3%	2,9%	2,4%	8,7%	10,2%	22,3%	24,8%	20,4%
35-39	2,1%	15,9%	3,9%	1,7%	14,2%	9,4%	14,2%	22,7%	15,9%
40-44	2,2%	13,2%	4,4%	2,2%	11,5%	5,3%	13,7%	32,2%	15,4%
45-49	0,7%	9,2%	3,9%	5,9%	15,1%	4,6%	13,2%	34,9%	12,5%
50-54	2,6%	13,0%		0,9%	13,0%	1,7%	18,3%	40,0%	10,4%
55-59	1,9%	15,1%	1,9%	1,9%	11,5%	5,8%	15,1%	45,3%	3,8%
60-64	6,7%	6,7%			6,7%	6,7%	6,7%	53,3%	13,3%
≥65			9,1%	9,1%	9,1%	9,1%		54,5%	9,1%



Tabela 33 - Motivos para a titularização de conta bancária por grupo etário

TC. 33

Tabela 33 - Motivos para a titularização de conta bancária por grupo etário								
Grupo etário	Credito	Depositos	Obtenção de multicaixa	Poupança	Recepção de pagamentos	Segurança	Transferências	Outros
15-19	16,7%			50,0%	16,7%	16,7%		
20-24	2,9%	10,3%	2,9%	32,4%	4,4%	35,3%	8,8%	2,9%
25-29	4,4%	8,1%	3,1%	30,6%	7,5%	40,6%	1,9%	3,8%
30-34	6,6%	9,5%	4,7%	29,4%	7,1%	37,0%	0,9%	4,7%
35-39	4,3%	13,0%	4,8%	26,4%	6,3%	38,9%	2,4%	2,9%
40-44	9,2%	9,2%	4,6%	25,0%	8,6%	38,2%	2,0%	3,3%
45-49	5,5%	14,7%	2,5%	31,9%	3,1%	37,4%	3,1%	2,5%
50-54	6,7%	11,7%	4,2%	31,7%	5,0%	30,0%	4,2%	6,7%
55-59	10,9%	7,9%	7,3%	32,7%	1,8%	34,5%		9,0%
60-64		21,4%		28,6%		35,7%	7,1%	7,1%
>65	20,0%	20,0%		20,0%	20,0%	20,0%		

Tabela 34 - Quota de mercado dos bancos por grupo etário

TC. 34

Tabela 34 - Quota de mercado dos bancos por grupo etário													
Grupo etário	BAI	BCA	BCI	BE	BFA	BIC	BIR	BMA	BMF	BNI	BPC	BSOL	YETU
15-19					33,3%	16,7%						50,0%	
20-24	6,9%		3,4%	2,3%	28,7%	11,5%	1,1%	19,5%		1,1%	13,8%	11,5%	
25-29	17,8%	0,6%	3,0%	1,8%	28,4%	11,2%	5,3%	14,8%		1,8%	7,7%	7,7%	
30-34	15,8%	2,2%	3,8%	3,8%	19,6%	19,0%	4,3%	13,0%		1,1%	7,6%	9,8%	
35-39	24,3%	1,7%	4,6%	2,5%	17,3%	15,0%	2,9%	12,2%	0,6%	1,7%	8,1%	7,5%	0,6%
40-44	22,4%	2,9%	4,1%	4,7%	11,8%	12,4%	6,5%	7,6%	1,8%	2,4%	10,6%	12,9%	
45-49	15,8%	0,7%	4,6%	2,0%	17,2%	19,9%	9,3%	10,6%	1,3%		8,6%	9,3%	0,7%
50-54	18,0%		5,5%	1,6%	19,5%	14,1%	8,6%	7,0%			18,0%	7,8%	
55-59	20,0%	3,6%	3,6%	3,6%	18,2%	14,5%	1,8%	9,1%			7,3%	18,2%	
60-64	25,0%				18,8%	12,5%	18,8%	6,3%			18,8%		
>65					33,3%	16,7%					50,0%		



Tabela 35 - Interesse na titularização de conta bancária por grupo etário

TC. 35

Tabela 35 - Interesse na titularização de conta bancária por grupo etário			
Grupo etário	Gostaria de ter conta bancária?		Total
	Não	Sim	
15-19	7,9%	92,1%	100,0%
20-24	11,6%	88,4%	100,0%
25-29	29,8%	70,2%	100,0%
30-34	26,5%	73,5%	100,0%
35-39	32,0%	68,0%	100,0%
40-44	38,5%	61,5%	100,0%
45-49	39,6%	60,4%	100,0%
50-54	42,0%	58,0%	100,0%
55-59	37,5%	62,5%	100,0%
60-64	64,3%	35,7%	100,0%
≥65	12,5%	87,5%	100,0%

Tabela 36 - Tipologia de operações bancárias por grupo etário

TC. 36

Tabela 36 - Tipologia de operações bancárias por grupo etário								
Grupo etário	Crédito	Levantamentos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Poupança	Transferências	Outros
15-19		33,3%			16,7%	11,1%	11,1%	27,8%
20-24	0,7%	26,2%	4,8%	8,3%	6,9%	20,7%	17,2%	15,2%
25-29	3,8%	25,7%	5,0%	8,4%	6,3%	15,6%	14,8%	10,4%
30-34	2,5%	28,7%	7,8%	6,0%	7,4%	12,8%	16,0%	18,8%
35-39	2,4%	27,4%	6,3%	6,0%	5,9%	9,7%	17,7%	24,0%
40-44	3,5%	30,5%	8,0%	8,5%	6,2%	8,0%	14,7%	18,0%
45-49	2,4%	29,9%	9,0%	11,0%	6,2%	14,3%	15,7%	18,0%
50-54	2,0%	32,0%	7,8%	11,1%	7,8%	10,5%	15,0%	13,7%
55-59	1,4%	32,0%	4,3%	10,0%	7,1%	11,4%	17,1%	18,7%
60-64	3,3%	30,0%	6,7%	13,3%	10,0%	10,0%	20,0%	6,7%
≥65		50,0%		10,0%		10,0%	20,0%	30,0%



Tabela 37 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grupo etário

TC. 37

Tabela 37 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grupo etário			
Grupo etário	Já se sentiu lesada pelo banco?		Total
	Não	Sim	
15-19	95,5%	4,5%	100,0%
20-24	90,3%	9,7%	100,0%
25-29	84,4%	15,6%	100,0%
30-34	87,1%	12,9%	100,0%
35-39	87,6%	12,4%	100,0%
40-44	86,6%	13,4%	100,0%
45-49	84,7%	15,3%	100,0%
50-54	86,6%	13,4%	100,0%
55-59	89,1%	10,9%	100,0%
60-64	100,0%		100,0%
≥65	100,0%		100,0%

## 11.10 BANCARIZAÇÃO POR GÉNERO

- 51,3% dos homens e 29,4% das mulheres têm conta bancária;
- 69,2% dos homens e 68,3% das mulheres excluídas do sistema bancário gostariam de ser titulares de uma conta;
- A crença de que não dispõem de dinheiro suficiente e a falta de tempo são as justificações mais frequentemente utilizadas por homens e mulheres para não serem titulares de uma conta bancária;
- A segurança e a poupança são os principais motivos para a titularização de contas bancárias por homens e mulheres;
- O banco BAI é o mais eleito pelos homens e o BFA pelas mulheres;
- O levantamento é a principal operação bancária efectuada por homens e mulheres;
- Os homens fazem mais transferências e as mulheres mais poupança;
- Os homens, mais bancarizados que as mulheres, também se sentiram mais lesados pelos bancos e fizeram mais reclamações;
- Homens e mulheres fazem mais reclamações no próprio banco e não no INADEC ou no BNA.



Tabela 38 - Bancarização por género

TC. 38

Tabela 38 - Bancarização por género			
Género	Tem conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Feminino	70,6%	29,4%	100,0%
Masculino	48,7%	51,3%	100,0%

Tabela 39 - Bancarização por género nos mercados

TC. 39

Tabela 39 - Bancarização por género nos mercados				
Mercado	Género	Tem conta bancária?		Total
		Não	Sim	
Asa Branca	Feminino	62,6%	37,4%	100,0%
	Masculino	42,9%	57,1%	100,0%
Congalenses	Feminino	50,6%	49,4%	100,0%
	Masculino	27,4%	72,6%	100,0%
Catinton	Feminino	78,3%	21,7%	100,0%
	Masculino	65,2%	34,8%	100,0%
Kikolo 1	Feminino	73,8%	26,2%	100,0%
	Masculino	59,2%	40,8%	100,0%
Kikolo 2	Feminino	49,8%	50,2%	100,0%
	Masculino	34,0%	66,0%	100,0%
Mercado do 30	Feminino	80,4%	19,5%	100,0%
	Masculino	63,4%	36,6%	100,0%

Tabela 40 - Motivos para a não titularização de conta bancária por género

TC. 40

Tabela 40 - Motivos para a não titularização de conta bancária por género									
Género	Apresentei-me para abrir a conta mas não fui atendido	Distância física	Dificuldade das operações bancárias	Faltas constantes de trabalho	Falta de conhecimento	Falta de documentos	Falta de tempo	Temas que não têm dinheiro suficiente para abrir conta bancária	Outros
Feminino	13%	11,0%	2,0%	2,5%	12,6%	7,6%	17,9%	29,4%	15,7%
Masculino	17%	9,0%	4,5%	1,1%	13,3%	9,6%	16,7%	26,0%	20,1%



Tabela 41 - Motivos para a titularização de conta bancária por género

TC. 41

Tabela 41 - Motivos para a titularização de conta bancária por género								
Género	Crédito	Depósitos	Obtenção de multicaixa	Poupança	Recepção de pagamentos	Segurança	Transferências	Outros
Feminino	5,4%	11,7%	2,8%	32,1%	6,1%	34,0%	3,9%	4,1%
Masculino	6,5%	10,3%	4,5%	27,2%	5,8%	41,2%	1,3%	3,4%

Tabela 42 - Interesse na titularização de conta bancária por género

TC. 42

Tabela 42 - Interesse na titularização de conta bancária por género			
Género	Gostaria de ter conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Feminino	31,7%	68,3%	100,0%
Masculino	30,8%	69,2%	100,0%

Tabela 43 - Quota de mercado dos bancos por género

TC. 43

Tabela 43 - Quota de mercado dos bancos por género													
Género	BAI	BCA	BCI	BE	BFA	BIC	BIR	BMA	BMF	BNI	BPC	BSOL	YETU
Feminino	14,8%	0,9%	3,9%	1,4%	20,3%	15,2%	4,6%	12,8%	0,9%	1,2%	12,3%	11,4%	0,2%
Masculino	21,1%	1,9%	4,4%	4,4%	19,4%	14,0%	6,1%	5,8%	0,2%	1,1%	8,0%	8,7%	0,2%

Tabela 44 - Tipologia de operações bancárias por género

TC. 44

Tabela 44 - Tipologia de operações bancárias por género								
Género	Crédito	Levantamentos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Poupança	Transferências	Outros
Feminino	2,7%	26,1%	7,5%	8,3%	5,8%	15,5%	13,3%	20,9%
Masculino	2,7%	30,0%	7,5%	7,7%	8,2%	9,5%	16,7%	15,8%



Tabela 45 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por género

TC. 45

Tabela 45 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por género			
Género	Já se sentiu lesado pelo banco?		Total
	Não	Sim	
Feminino	89,1%	10,9%	100,0%
Masculino	83,4%	16,6%	100,0%

Tabela 46 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por género

TC. 46

Tabela 46 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por género			
Género	Se sim, fez uma reclamação?		Total
	Não	Sim	
Feminino	55,0%	45,0%	100,0%
Masculino	47,5%	52,5%	100,0%

Tabela 47 - Pontos de reclamação por género

TC. 47

Tabela 47 - Pontos de reclamação por género			
Género	Banco	INADEC	Outros
Feminino	86,1%	2,8%	11,1%
Masculino	95,5%	4,5%	



## 11.11 BANCARIZAÇÃO POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- Quanto maior é o grau de escolaridade, mais elevada é a taxa de bancarização;
- Os comerciantes mais bancarizados concluíram a universidade ou o instituto superior;
- Aqueles que não têm nenhuma escolarização são os menos bancarizados;
- Mais de metade dos comerciantes excluídos do sistema bancário, em todos os graus de escolaridade, gostaria de ter uma conta bancária, mas essa proporção é menor entre aqueles que não têm nenhuma escolarização (54%) e maior entre aqueles que concluíram o ensino superior (100%);
- A proporção de comerciantes que acredita que não tem dinheiro suficiente para abrir uma conta bancária é inferior entre aqueles que têm graus de escolaridade mais elevados;
- Os comerciantes que não têm nenhuma escolaridade são os que mais acreditam que não têm dinheiro suficiente para abrir conta bancária;
- Os bancos BAI, BCI, BFA, BIC, BSOL, BPC e BMA são transversais a todos os graus de escolaridade;
- Os inquiridos que mais se sentiram lesados pelo banco frequentaram ou concluíram o ensino superior, frequentaram ou concluíram o ensino secundário do 2.º ciclo - classes 10-12;
- Os inquiridos que mais fizeram reclamações concluíram o ensino técnico ou profissional, frequentaram o ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9, ou concluíram o ensino primário.

Tabela 48 - Bancarização por grau de escolaridade

TC. 48

Tabela 48 - Bancarização por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Tem conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	67,3%	32,7%	100,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	80,3%	19,7%	100,0%
Ensino primário concluído	78,0%	22,0%	100,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	66,3%	33,7%	100,0%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	62,1%	37,9%	100,0%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	47,5%	52,5%	100,0%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	38,9%	61,1%	100,0%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	37,9%	62,1%	100,0%
Ensino técnico ou profissional concluído	40,7%	59,3%	100,0%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	20,0%	80,0%	100,0%
Universidade ou Instituto Superior concluído	13,6%	86,4%	100,0%



Tabela 49 - Motivos para a não titularização de conta bancária por grau de escolaridade

TC. 49

Tabela 49 - Motivos para a não titularização de conta bancária por grau de escolaridade									
Grau de escolaridade	Outro motivo de levantamentos/transferências	Descuidância	Distância das agências bancárias	Faltas constantes de sistema	Falta de conhecimento	Falta de documentos	Falta de tempo	Quando já não tem dinheiro suficiente para abrir conta bancária	Outros
Mínimo escolarização	10%	11,5%		14%	14,8%	7,7%	3,7%	42,6%	12,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	10%	8,7%	2,0%	2,0%	13,6%	7,4%	16,6%	34,0%	14,6%
Ensino primário concluído	4,1%	10,2%	3,3%	3,3%	7,4%	8,2%	16,8%	26,5%	18,9%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	0,3%	8,0%	3,3%	1,0%	13,0%	11,0%	19,1%	24,4%	19,7%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	1,3%	13,9%	3,8%	2,5%	5,3%		18,0%	22,9%	21,8%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	0,7%	8,6%	4,3%	2,2%	15,8%	4,3%	29,5%	22,3%	12,2%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	3,8%	16,6%	7,8%	7,8%	9,2%	3,8%	20,8%	30,0%	27,7%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais		40,0%	20,0%		20,0%	6,7%	6,7%	6,7%	
Ensino técnico ou profissional concluído		7,1%		7,1%	7,1%	21,4%	14,3%	14,3%	28,6%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior		9,1%	9,1%	9,1%	9,1%		27,3%		36,4%
Universidade ou Instituto Superior concluído							35,7%	16,7%	66,7%



Tabela 50 - Motivos para a titularização de conta bancária por grau de escolaridade

TC.50

Tabela 50 - Motivos para a titularização de conta bancária por grau de escolaridade								
Grau de escolaridade	Crédito	Depósitos	Obtenção de multicaixa	Poupança	Recuperação de pagamentos	Segurança	Transferências	Outros
Nenhuma escolarização	3,0%	12,5%	7,5%	40,0%	9,0%	30,0%		
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	3,1%	12,4%	4,1%	26,6%	2,1%	35,1%	8,2%	8,2%
Ensino primário concluído		14,3%		26,6%	7,1%	50,0%		
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	5,3%	9,2%	0,7%	31,6%	4,6%	42,1%	3,3%	3,3%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	4,3%	11,2%	4,3%	28,2%	9,8%	37,2%	1,1%	3,2%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	2,1%	11,5%	5,7%	31,3%	3,1%	41,1%	2,1%	3,1%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	9,5%	6,5%	3,5%	29,5%	8,3%	35,0%	1,9%	3,2%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	7,5%	7,5%	7,5%	22,5%	15,0%	27,5%	5,0%	7,5%
Ensino técnico ou profissional concluído	5,9%	17,0%	5,9%	23,5%	14,7%	26,5%	2,9%	2,9%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	5,1%	15,2%	3,8%	27,8%	3,8%	35,4%	3,8%	5,1%
Universidade ou Instituto Superior concluído	10,8%	11,8%	3,4%	28,0%	2,2%	37,6%		4,3%

Tabela 51 - Interesse na titularização de conta bancária por grau de escolaridade

TC.51

Grau de escolaridade	Gostaria de ter conta bancária?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	45,8%	54,2%	100,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	34,1%	65,9%	100,0%
Ensino primário concluído	39,1%	70,9%	100,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	23,4%	76,6%	100,0%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	24,2%	75,8%	100,0%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	21,7%	78,3%	100,0%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	33,0%	67,0%	100,0%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	30,0%	70,0%	100,0%
Ensino técnico ou profissional concluído	36,4%	63,6%	100,0%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	40,0%	60,0%	100,0%
Universidade ou Instituto Superior concluído		100,0%	100,0%



Tabela 52 - Quota de mercado dos bancos por grau de escolaridade

TC. 52

Tabela 52 - Quota de mercado dos bancos por grau de escolaridade													
Grau de escolaridade	BAI	BGA	BIC	BE	BFA	BIC	BIB	BMA	BNE	BNL	BPC	BSQL	VCU
Nenhuma escolarização	22,9%		5,7%	2,9%	22,9%	23,0%	2,9%	2,9%			14,5%	5,7%	
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	14,0%	1,7%	3,3%	2,5%	22,3%	14,9%	3,3%	9,9%	1,7%	1,7%	13,2%	10,7%	0,8%
Ensino primário concluído	16,7%		2,8%	2,8%	19,4%	25,0%		13,9%			13,9%	5,6%	
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	12,9%	1,2%	2,9%	0,6%	25,9%	12,9%	3,5%	11,8%	1,2%		13,5%	13,5%	
Ensino secundário 1º ciclo concluído	22,2%	4,0%	4,0%	8,1%	15,2%	12,7%	8,1%	6,7%		2,0%	14,1%	8,1%	
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	15,6%	0,5%	6,8%	0,5%	17,1%	16,6%	6,8%	11,2%		1,5%	9,8%	13,7%	
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	21,9%	1,4%	1,8%	3,9%	18,7%	13,6%	7,9%	12,2%	0,7%	1,1%	5,7%	9,7%	0,4%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	24,0%		4,0%	8,0%	12,0%	20,0%	4,0%	16,0%			8,0%	4,0%	
Ensino técnico ou profissional concluído	10,0%		5,0%		35,0%	10,0%		25,0%			10,0%	10,0%	
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	20,3%	2,7%	6,8%	6,8%	14,9%	16,2%	2,7%	16,2%		1,4%	8,1%	4,1%	
Universidade ou Instituto Superior concluído	22,9%	1,4%	4,3%	2,9%	40,0%	11,4%	10,0%	10,0%		2,8%	6,0%	5,7%	

Tabela 53 - Tipologia de operações bancárias por grau de escolaridade

TC. 53

Tabela 53 - Tipologia de operações bancárias por grau de escolaridade								
Grau de escolaridade	Crédito	Levantamentos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Poupança	Transferências	Outros
Nenhuma escolarização	2,8%	21,7%	2,8%	5,7%	12,3%	21,7%	11,3%	21,7%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	2,4%	21,3%	12,8%	6,2%	6,6%	18,0%	8,5%	24,2%
Ensino primário concluído	5,1%	29,1%	3,8%	3,8%	3,8%	16,5%	19,0%	19,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	1,1%	31,1%	4,9%	5,6%	5,2%	14,6%	12,4%	25,1%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	2,1%	32,6%	4,2%	10,4%	4,2%	10,4%	20,8%	15,3%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	3,5%	28,3%	6,7%	11,0%	6,0%	11,0%	14,8%	18,7%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	2,7%	29,2%	7,9%	6,8%	7,1%	10,7%	21,1%	13,4%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais		31,3%	2,1%	16,7%	10,4%	4,2%	16,7%	18,8%
Ensino técnico ou profissional concluído		20,5%	7,7%	12,8%	10,3%	2,6%	10,8%	33,3%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	1,3%	28,9%	5,3%	9,2%	9,2%	14,5%	22,4%	9,2%
Universidade ou Instituto Superior concluído	3,5%	32,9%	14,1%	8,2%	8,2%	3,5%	16,5%	12,9%



Tabela 54 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grau de escolaridade

TC. 54

Tabela 54 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada pelo banco por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Já se sentiu lesado pelo banco?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	93,9%	6,1%	100,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	92,6%	7,4%	100,0%
Ensino primário concluído	90,8%	9,2%	100,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	90,3%	9,7%	100,0%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	88,3%	11,7%	100,0%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	83,9%	16,1%	100,0%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	83,1%	16,9%	100,0%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	91,7%	8,3%	100,0%
Ensino técnico ou profissional concluído	85,7%	14,3%	100,0%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	73,9%	26,1%	100,0%
Universidade ou Instituto Superior concluído	68,4%	31,6%	100,0%

Tabela 55 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por grau de escolaridade

TC. 55

Tabela 55 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada pelo banco e reclamou por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Se sim, fez uma reclamação?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	71,4%	28,6%	100,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	53,8%	46,2%	100,0%
Ensino primário concluído	42,9%	57,1%	100,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	39,1%	60,9%	100,0%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	58,3%	41,7%	100,0%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	51,6%	48,4%	100,0%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	47,5%	52,4%	100,0%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	50,0%	50,0%	100,0%
Ensino técnico ou profissional concluído	33,3%	66,7%	100,0%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	66,7%	33,3%	100,0%
Universidade ou Instituto Superior concluído	58,3%	41,7%	100,0%



Tabela 56 - Pontos de reclamação por grau de escolaridade

TC. 56

Tabela 56 - Pontos de reclamação por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Banco	INADEC	Outros
Nenhuma escolarização	100,0%		
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	85,7%	14,3%	
Ensino primário concluído	100,0%		
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	85,7%		14,3%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	100,0%		
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	86,7%		13,3%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	95,5%	4,5%	
Frequência de escolas técnicas ou profissionais		100,0%	
Ensino técnico ou profissional concluído	100,0%		
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	100,0%		
Universidade ou Instituto Superior concluído	100,0%		

SEGUROS

---







## 12. SEGUROS

- Apenas 6% dos comerciantes têm seguro; destes, 45,5% subscreveram o seguro de saúde e 33,6%, o seguro automóvel;
- 53% dos comerciantes não segurados gostariam de ter um seguro;
- Os comerciantes que gostariam de ter seguro almejam o seguro de saúde (80%), o seguro automóvel (8,8%) e o seguro de responsabilidade civil (8,5%);
- Daqueles que têm seguro, apenas 9% se sentiram lesados por uma seguradora;
- Dos segurados que já se sentiram lesados por uma seguradora, apenas 38% fizeram uma reclamação;
- 67% dos segurados que reclamaram fizeram-no nas seguradoras;
- Os segurados que fizeram reclamações consideram que a sua situação não ficou resolvida.

Gráfico 33 - Titularização de seguro





Gráfico 34 - Interesse pela titularização de seguro



Tabela 57 - Tipologia de seguro suscrita

TC. 57

Tabela 57 - Tipologia de seguro suscrita	
Seguro	Total
Seguro automóvel	33,6%
Seguro de mercadoria	3,0%
Seguro de responsabilidade civil	7,5%
Seguro de saúde	45,5%
Outros	10,4%



Tabela 58 - Tipologia de seguro almejada

TC.58

Tabela 58 - Tipologia de seguro almejada	
Seguro	Total
Seguro automóvel	8,8%
Seguro de responsabilidade civil	8,5%
Seguro de saúde	80,0%
Outros	2,7%

Gráfico 35 - Proporção de comerciantes que já se sentiu lesada por uma seguradora

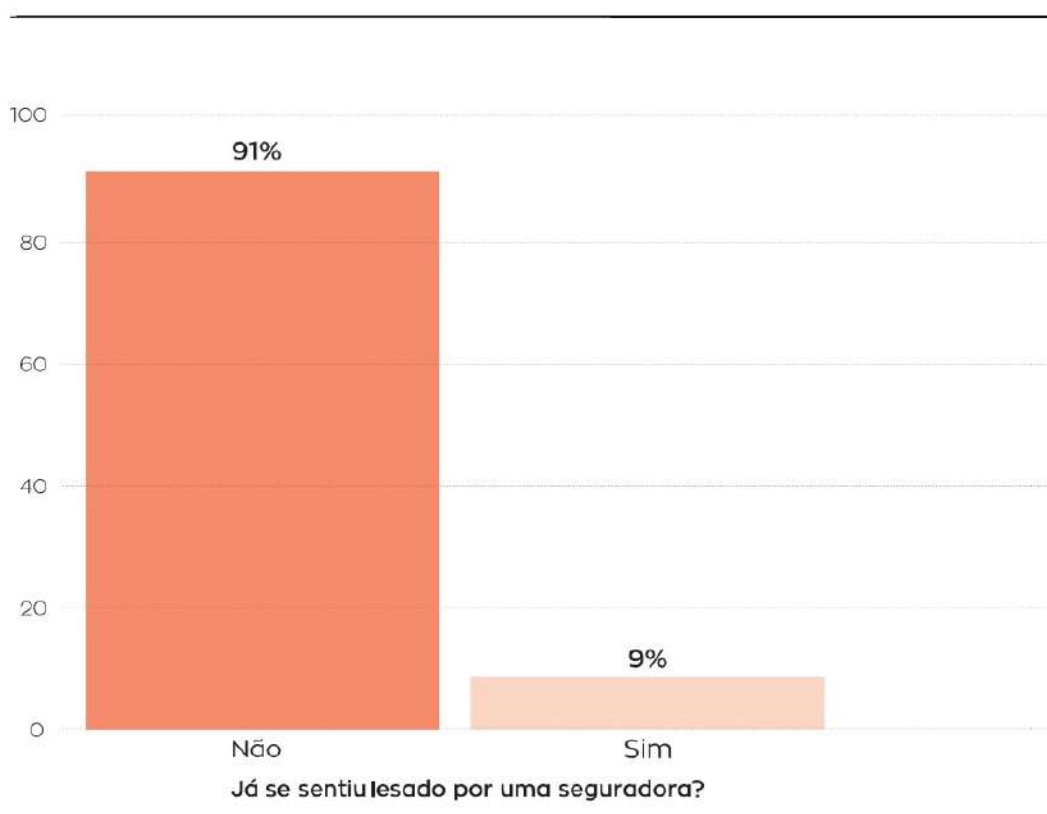
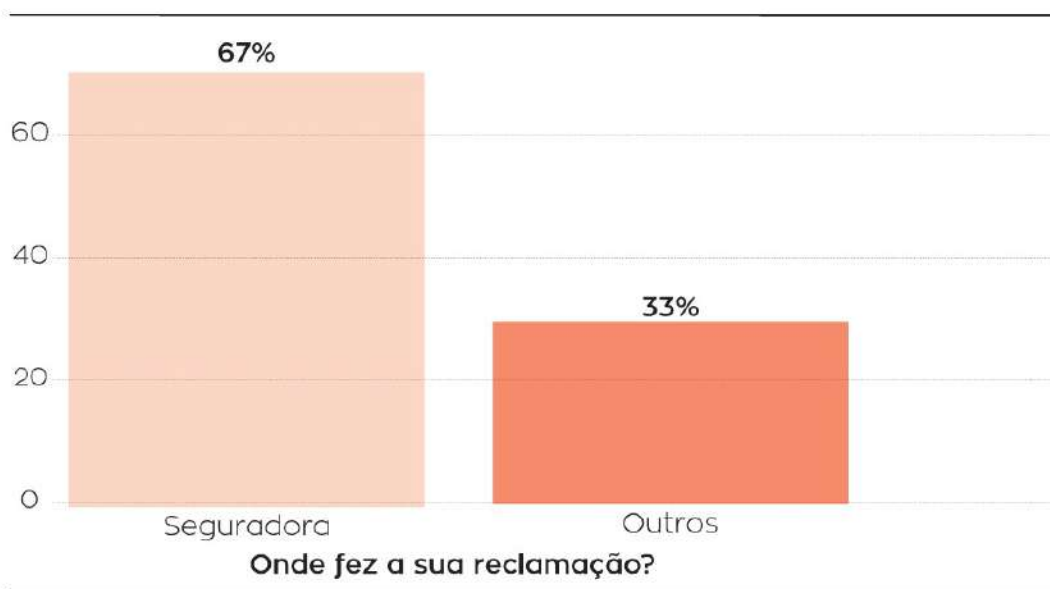




Gráfico 36 - Proporção de comerciantes que se sentiu lesada por uma seguradora e reclamou



Gráfico 37 - Pontos de reclamação





## 12.1 POUPANÇA POR SEGURADOS E NÃO SEGURADOS

- Os comerciantes que têm seguro (70%) poupam mais do que aqueles que não têm seguro (56%);
- Os comerciantes segurados (38%) poupam mais para a reforma do que os não segurados (25%);
- Os segurados (54,2%) poupam mais por via do depósito bancário e os não segurados (49,7%) poupam guardando o dinheiro em casa;
- As principais fontes de sustento durante a velhice previstas por inquiridos segurados e não segurados são: filhos, família alargada e trabalho.

Gráfico 38 - Poupança por segurados e não segurados

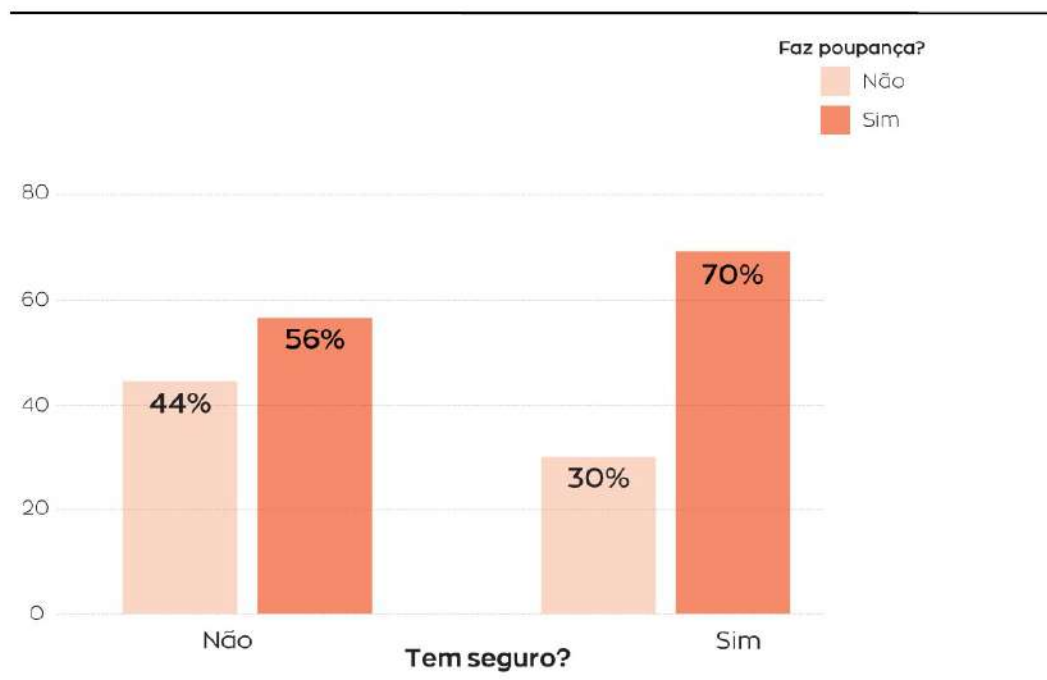




Gráfico 39 - Poupança para a sua reforma por segurados e não segurados

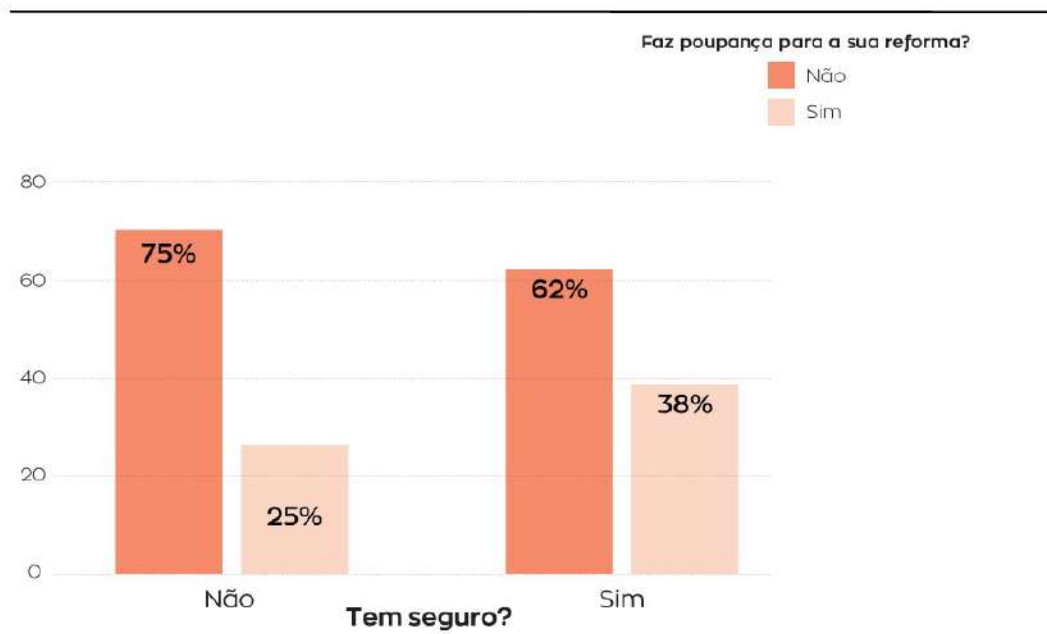


Tabela 59 - Métodos de poupança por segurados e não segurados

TC. 59

Tem seguro?	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Não	30,3%	19%	49,7%	1%
Sim	54,2%	10,4%	32,3%	3,1%

Tabela 60 - Planeamento financeiro para a velhice por segurados e não segurados

TC. 60

Tem seguro?	Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?								
	Estado	Trabalho	Cônjuge	Filhos	Pais	Família alargada	Amigos	Pensão	Outros
Não	4,3%	8,9%	4,3%	29,2%	3%	17,8%	1,4%	1,3%	29,9%
Sim	8,1%	21%	4,8%	25,8%		11,3%			29%



## 12.2 CRÉDITO POR SEGURADOS E NÃO SEGURADOS

Os comerciantes que não têm seguro obtiveram mais crédito do que os segurados.

Tabela 61 - Obtenção de crédito por segurados e não segurados

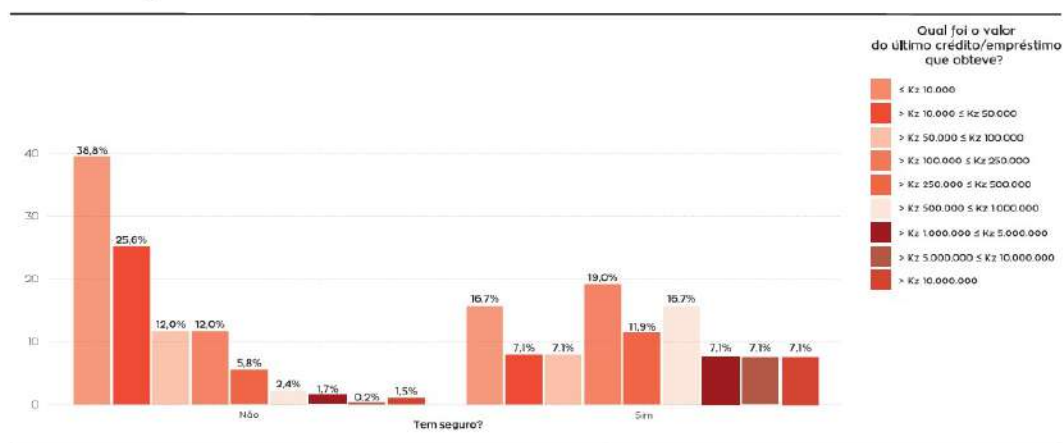
TC. 61

Tabela 61 - Obtenção de crédito por segurados e não segurados						
Tem seguro?	Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?					Total
	1 vez	2 vezes	3 a 5 vezes	Mais de 5 vezes	Mais de 10 vezes <sup>4</sup>	
Não	11,2%	15,7%	16,9%	17,6%	38,5%	100,0%
Sim	19,0%	14,3%	14,3%	23,8%	28,6%	100,0%

### 12.2.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

Os comerciantes segurados obtiveram montantes de crédito significativamente mais altos do que aqueles que não têm seguro.

Gráfico 40 - Montante de crédito obtido por segurados e não segurados



### 12.2.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

- Entre comerciantes segurados e não segurados, o principal motivo para a obtenção de crédito é o investimento no seu negócio. Para além deste, os não segurados obtiveram crédito para pagar despesas de saúde e familiares, os segurados mencionaram outros motivos e o pagamento de despesas de saúde;
- Contrariamente aos não segurados, os segurados nunca obtiveram crédito para pagar dívidas e para custear momentos de lazer.

<sup>4</sup> Na generalidade o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Tabela 62 - Finalidade do crédito obtido por segurados e não segurados

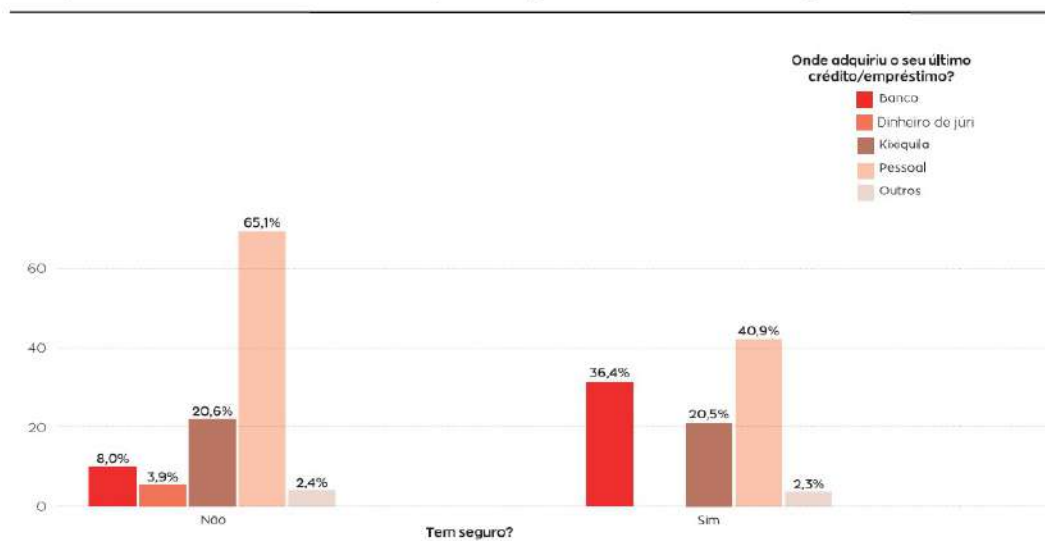
TC. 62

Tabela 62 - Finalidade do crédito obtido por segurados e não segurados								
Tem seguro?	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	5,8%	2,2%	55,4%	4,6%	12,2%	10,2%	2,6%	7,1%
Sim	4,2%		68,8%	2,1%	8,3%	4,2%		12,5%

### 12.2.3 FONTE CREDORA

- Entre segurados e não segurados, predomina o crédito pessoal;
- A disparidade entre o crédito bancário e o pessoal, no grupo de comerciantes segurados, é de apenas 4,5 p.p.; entre os não segurados é de 57,1 p.p.;
- Os comerciantes segurados obtiveram quatro vezes mais crédito bancário do que os não segurados.

Gráfico 41 - Fonte credora por segurados e não segurados



### 12.2.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

Mais comerciantes segurados gostariam de aceder ao crédito (39,5%) do que não segurados (28,8%);

A maioria (53,2% dos não segurados e 55,9% dos segurados) gostaria de contrair outro crédito.



Gráfico 42 - Interesse em obter crédito por segurados e não segurados

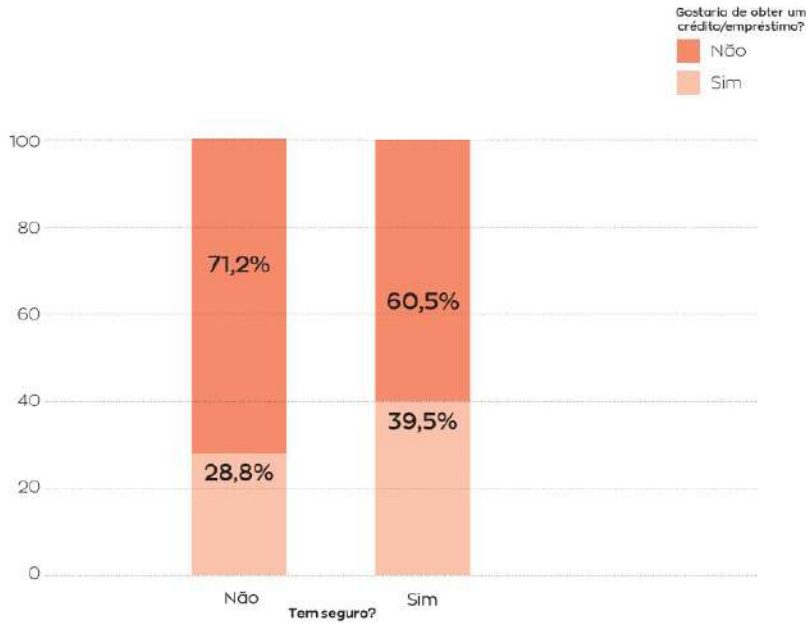
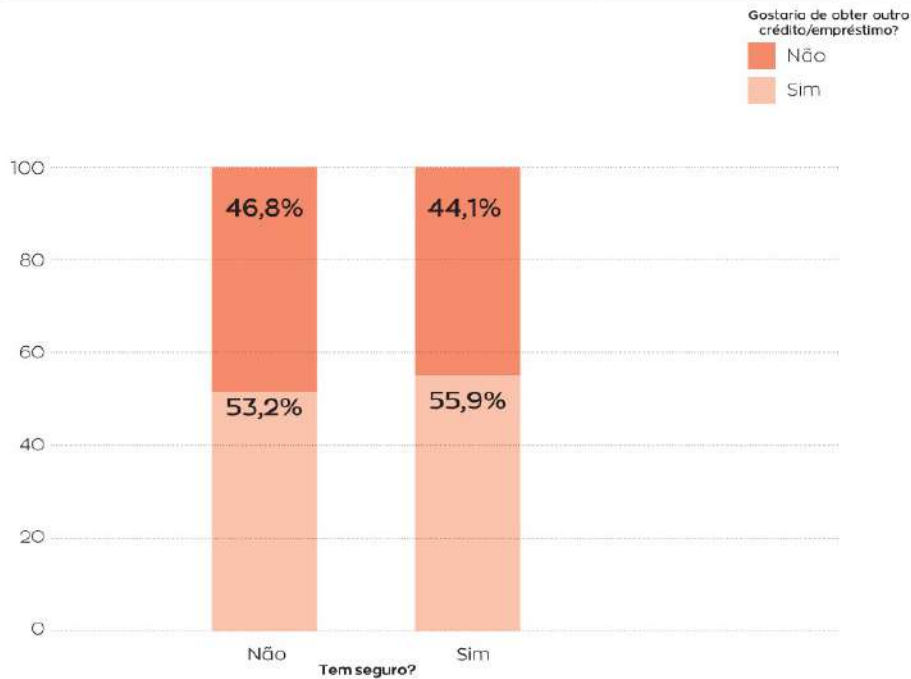


Gráfico 43 - Interesse em obter outro crédito por segurados e não segurados





### 12.2.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os segurados gostariam de contrair créditos mais altos do que os não segurados;
- A maioria dos inquiridos sem seguro (50,9%) almeja quantias não superiores a Kz 250.000. Inversamente, mais de metade dos segurados (59,6%) gostaria de contrair créditos a partir de Kz 500.000, sendo que 17,3% destes almeja mais de Kz 10.000.000;
- 80,5% dos comerciantes com seguro e 60,7% dos comerciantes sem seguro gostariam de contrair créditos bancários, sendo o banco a fonte credora preferencial nos dois grupos;
- Mais de 70% dos segurados e não segurados que gostariam de adquirir crédito afirmam que utilizariam o montante emprestado para investir nos seus negócios.

Gráfico 44 - Montante de crédito almejado por segurados e não segurados

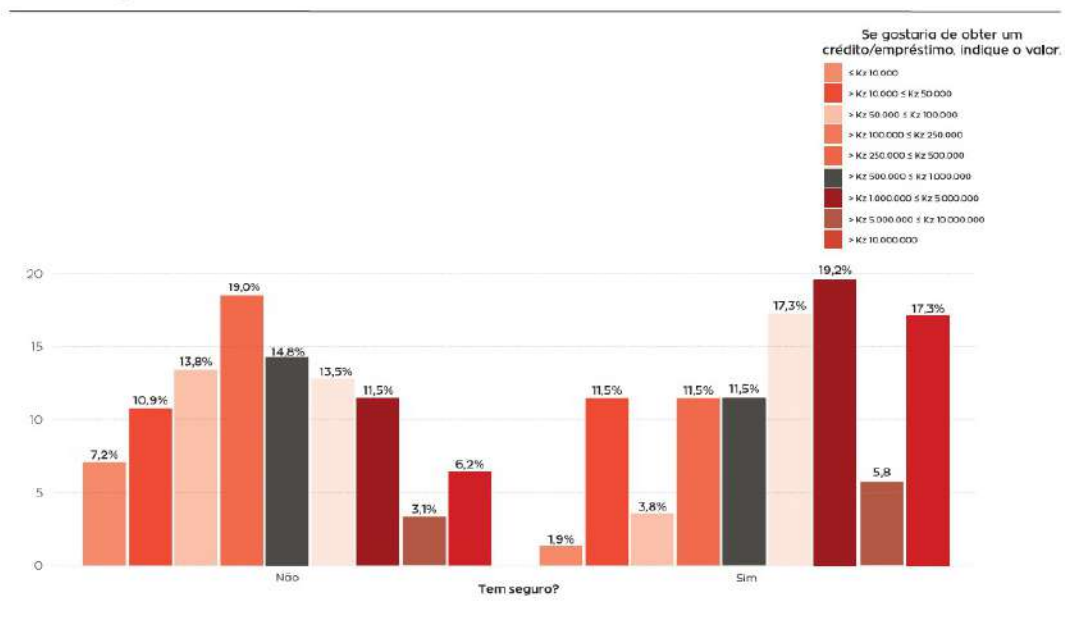




Gráfico 45 - Fonte credora almejada por segurados e não segurados

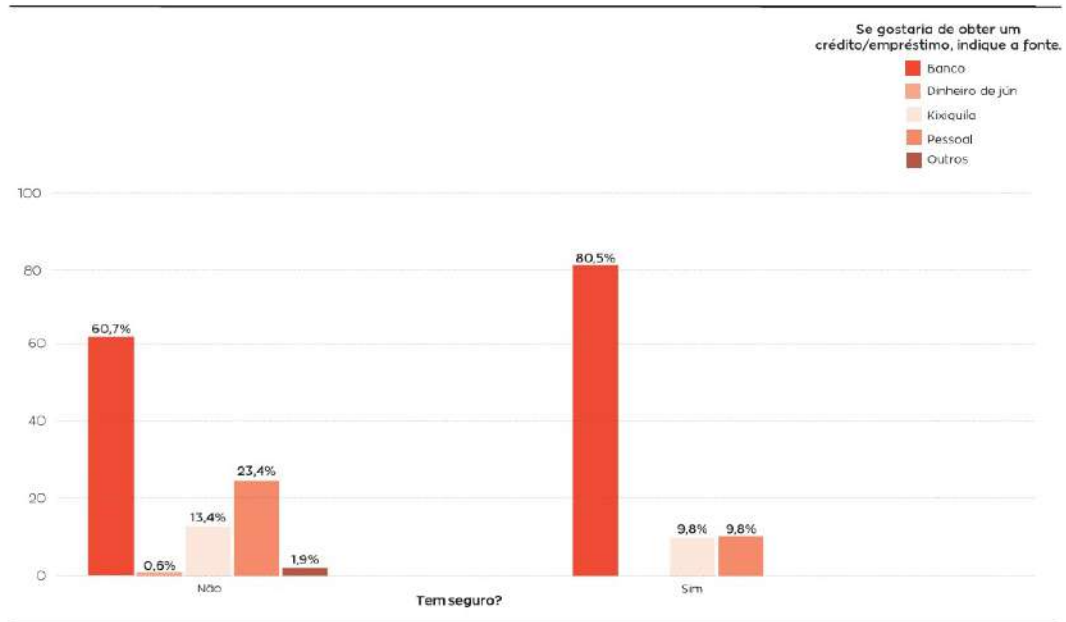


Tabela 63 - Finalidade do crédito almejado por segurados e não segurados

TC. 63

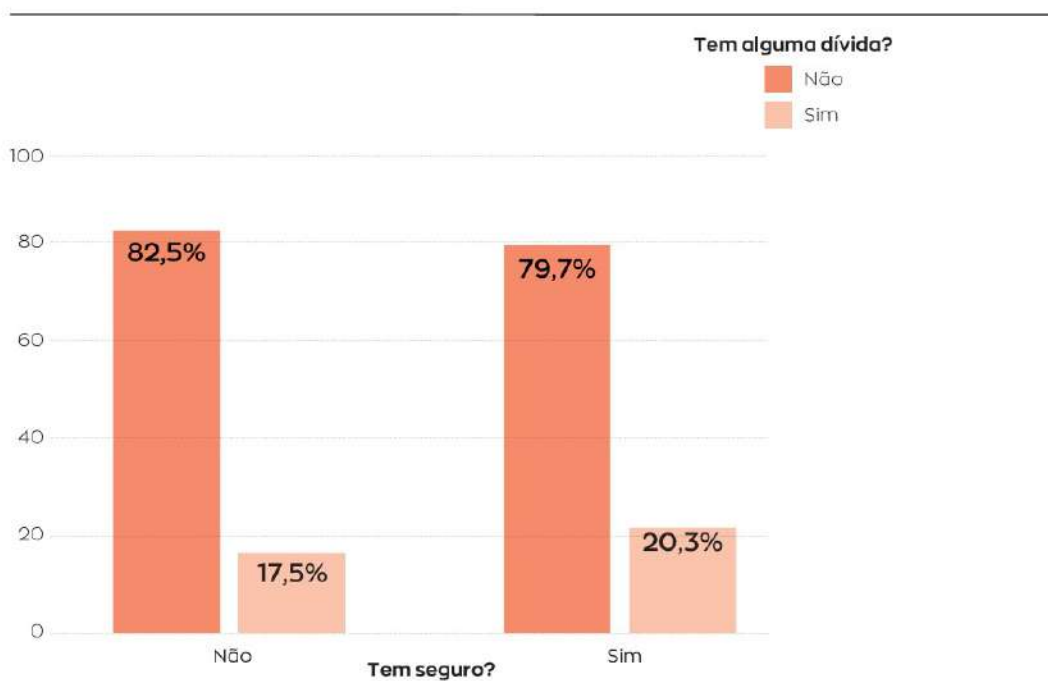
Tem seguro?	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	2,2%	76,7%	2,2%	5,5%	6,3%	0,2%	7,0%
Sim	0%	72,0%	2,0%	12,0%	4,0%	2,0%	8,0%

### 12.3 DÍVIDA POR SEGURADOS E NÃO SEGURADOS

Os comerciantes que têm seguro (20,3%) estão ligeiramente mais endividados do que os não segurados (17,5%).



Gráfico 46 - Dívida por segurados e não segurados



#### 12.4 SEGURO POR ÁREA

- Em todas as áreas, é mais elevada a proporção de inquiridos não segurados;
- As áreas onde há mais segurados são: Matadouros (21%), Cosméticos (11%) e Diversos (7%);
- A única área em que não foram observados casos de comerciantes com seguro é a das Moagens;
- As áreas em que menos inquiridos desejam ter seguro são: Moagens (17%), Comércio (31%), Comes e Bebes (34%), Zunga/Roboteiros (35%) e Diversos (49%);
- As áreas em que mais inquiridos desejam ter seguro são: Material de Construção (68,8%), Fardos (62,7%) e Frescos (52,6%);
- O seguro de saúde é o mais transversal a todas as áreas, apenas nas Casas de Processo e Zunga/Roboteiros não foram registados casos de inquiridos com este seguro;
- As áreas com mais diversidade na subscrição de seguros são Cosméticos, Diversos e Matadouros;
- Em todas as áreas, o seguro de saúde é o mais almejado;
- As áreas em que mais comerciantes gostariam de ter seguro automóvel são: Diversos, Comércio e Material de Construção.



Tabela 64 - Titularização de seguro por área

TC. 64

Tabela 64 - Titularização de seguro por área			
Área	Tem seguro?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	94%	6%	100%
Campo	98%	2%	100%
Casas de Processo	97%	3%	100%
Comércio	99%	1%	100%
Comes e Bebés	94%	6%	100%
Cosméticos	89%	11%	100%
Diversos	93%	7%	100%
Fardos	95%	5%	100%
Frescos	98%	2%	100%
Matadouros	79%	21%	100%
Material de Construção	95%	5%	100%
Moagens	100%		100%
Zunga/ Roboteiros	98%	2%	100%

Tabela 65 - Tipologia de seguro subscrita por área

TC. 65

Tabela 65 - Tipologia de seguro subscrita por área					
Área	Seguro automóvel	Seguro de mercadoria	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Animais Vivos				100,0%	
Campo				71,4%	28,6%
Casas de Processo	100,0%				
Comércio				100%	
Comes e Bebés				80,0%	
Cosméticos	32,3%		9,7%	38,7%	19,4%
Diversos	37,5%	7,5%	15,0%	27,5%	12,5%
Fardos	23,1%			76,9%	
Frescos			33,3%	66,7%	
Matadouros	12,5%	12,5%		62,5%	12,5%
Material de Construção	60,0%			35,0%	5,0%
Zunga/ Roboteiros	100%				



Tabela 66 - Interesse pela titularização de seguro por área

TC. 66

Tabela 66 - Interesse pela titularização de seguro por área			
Área	Deseja ter seguro?		Total
	Não	Sim	
Campo	49%	51%	100%
Comércio	69%	31%	100%
Comes e Bebés	66%	34%	100%
Cosméticos	49%	51%	100%
Diversos	51%	49%	100%
Fardos	37%	63%	100%
Frescos	47%	53%	100%
Material de Construção	31%	69%	100%
Moagens	83%	17%	100%
Zunga/ Roboteiros	65%	35%	100%

Tabela 67 - Tipologia de seguro almejada por área

TC. 67

Tabela 67 - Tipologia de seguro almejada por área				
Área	Seguro automóvel	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Campo	1,4%	3,6%	92,9%	2,1%
Comércio	13,3%		86,7%	
Comes e Bebés			100,0%	
Cosméticos	6,7%	10,4%	77,8%	5,2%
Diversos	14,6%	13,4%	69,1%	3,0%
Fardos	6,8%	6,2%	85,8%	1,2%
Frescos	3,4%	1,7%	89,6%	5,2%
Material de Construção	12,0%	8,9%	78,0%	1,0%
Moagens			100,0%	
Zunga/ Roboteiros		10,5%	79,0%	10,5%



## 12.5 SEGURO POR GRUPO ETÁRIO

- Em todos os grupos etários, a proporção de inquiridos segurados é baixa e nunca ultrapassa os 8%;
- Nos grupos dos 40-44 e 60-64 anos há mais segurados, 8% e 7%, respectivamente;
- Não foram observados casos de segurados entre os comerciantes com idade igual ou superior a 65;
- Em todos os grupos etários, excepto o dos 60-64, a maioria dos inquiridos gostaria de ter um seguro;
- O seguro de saúde regista o maior número de tomadores em todos os grupos etários, à excepção dos seguintes: 35-39, 45-49, 50-54. Nestes, a maioria dos inquiridos subscreveu o seguro automóvel;
- Em todos os grupos etários, mais de metade dos inquiridos gostaria de subscrever o seguro de saúde, destacando-se os seguintes:  $\geq 65$  (100%), 15-19 (94,3%) e 30-34 (84,8%);
- O seguro automóvel é a segunda modalidade mais almejada por todos os grupos etários, à excepção dos grupos dos 15-19 e 20-24 anos.

Tabela 68 - Titularização de seguro por grupo etário

TC.68

Tabela 68 - Titularização de seguro por grupo etário			
Grupo etário	Tem seguro?		Total
	Não	Sim	
15-19	96%	4%	100%
20-24	96%	4%	100%
25-29	95%	5%	100%
30-34	94%	6%	100%
35-39	95%	5%	100%
40-44	92%	8%	100%
45-49	94%	6%	100%
50-54	94%	6%	100%
55-59	95%	5%	100%
60-64	93%	7%	100%
$\geq 65$	100%		100%



Tabela 69 - Tipologia de seguro subscrita por grupo etário

TC. 69

Tabela 69 - Tipologia de seguro subscrita por grupo etário						
Grupo etário	Seguro automóvel	Seguro de mercadoria	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Seguro de vida	Outros
15-19				100%		
20-24			11,1%	77,8%		11,1%
25-29	16,7%	5,6%	11,1%	61,1%		5,6%
30-34	30%		15%	50%		5%
35-39	57,9%		5,3%	21,1%		15,8%
40-44	36,7%	6,7%	3,3%	46,7%		6,7%
45-49	46,7%			33,3%		20%
50-54	46,2%		15,4%	15,4%		23,1%
55-59	20%	20%		60%		
60-64				100%		

Tabela 70 - Interesse pela titularização de seguro por grupo etário

TC. 70

Tabela 70 - Interesse pela titularização de seguro por grupo etário			
Grupo etário	Deseja ter seguro?		Total
	Não	Sim	
15-19	23%	78%	100%
20-24	44%	56%	100%
25-29	37%	63%	100%
30-34	47%	53%	100%
35-39	50%	50%	100%
40-44	48%	52%	100%
45-49	49%	51%	100%
50-54	57%	43%	100%
55-59	45%	55%	100%
60-64	61%	39%	100%
≥65	45%	55%	100%



Tabela 71 - Tipologia de seguro almejada por grupo etário

TC: 71

Tabela 71 - Tipologia de seguro almejada por grupo etário				
Grupo etário	Seguro automóvel	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
15-19		2,9%	94,3%	2,9%
20-24	6,9%	8,9%	83,2%	1,0%
25-29	9,9%	9,3%	79,0%	1,9%
30-34	7,9%	6,6%	84,8%	0,7%
35-39	11,2%	6,6%	78,2%	3,9%
40-44	9,0%	11,1%	75,7%	4,2%
45-49	9,8%	7,8%	81,4%	1,0%
50-54	8,1%	9,5%	77,0%	5,4%
55-59	8,3%	12,5%	75,0%	4,2%
60-64	18,2%	18,2%	54,5%	9,1%
≥65			100,0%	

## 12.6 SEGURO POR GÉNERO

- Mais de 90% dos homens e mulheres não têm seguro, mas entre os homens (8,3%) há mais tomadores de seguro do que entre as mulheres (4%);
- A maioria dos homens (54%) e mulheres (53%) gostaria de subscrever um seguro;
- Homens e mulheres são maioritariamente tomadores do seguro de saúde e do seguro automóvel, mas as mulheres (63,2%) aderiram mais ao seguro de saúde e os homens ao seguro automóvel (43,5%);
- 72,4% dos homens e 85,8% das mulheres que não têm seguro gostariam de subscrever o seguro de saúde;
- O seguro automóvel é a segunda modalidade mais almejada pelos homens;
- O seguro de responsabilidade civil é a segunda modalidade mais almejada pelas mulheres.



Gráfico 47 - Titularização de seguro por género

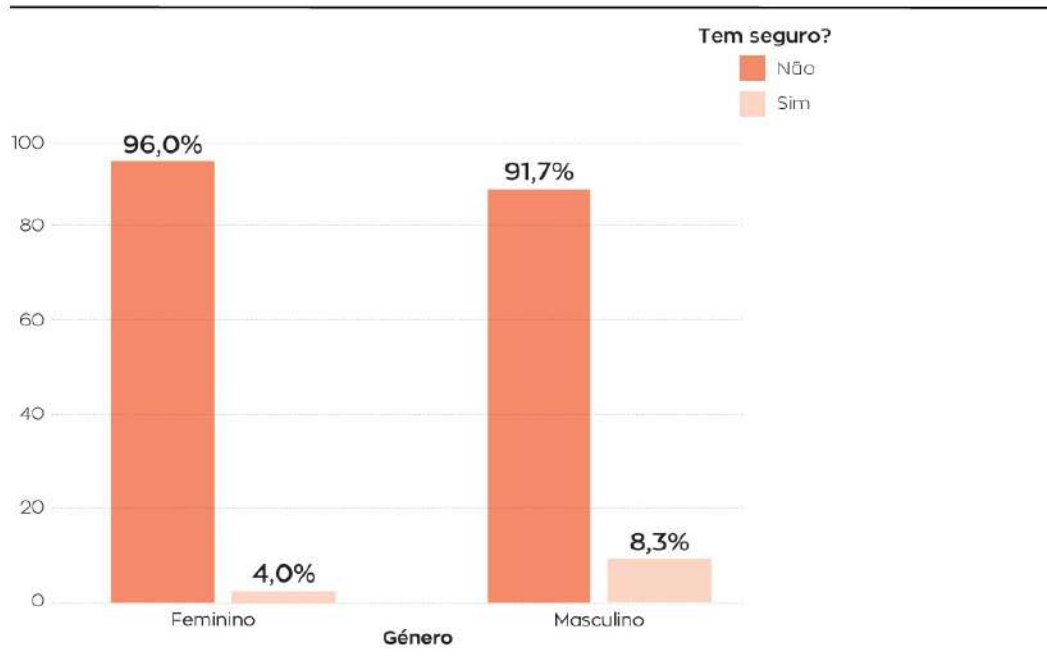
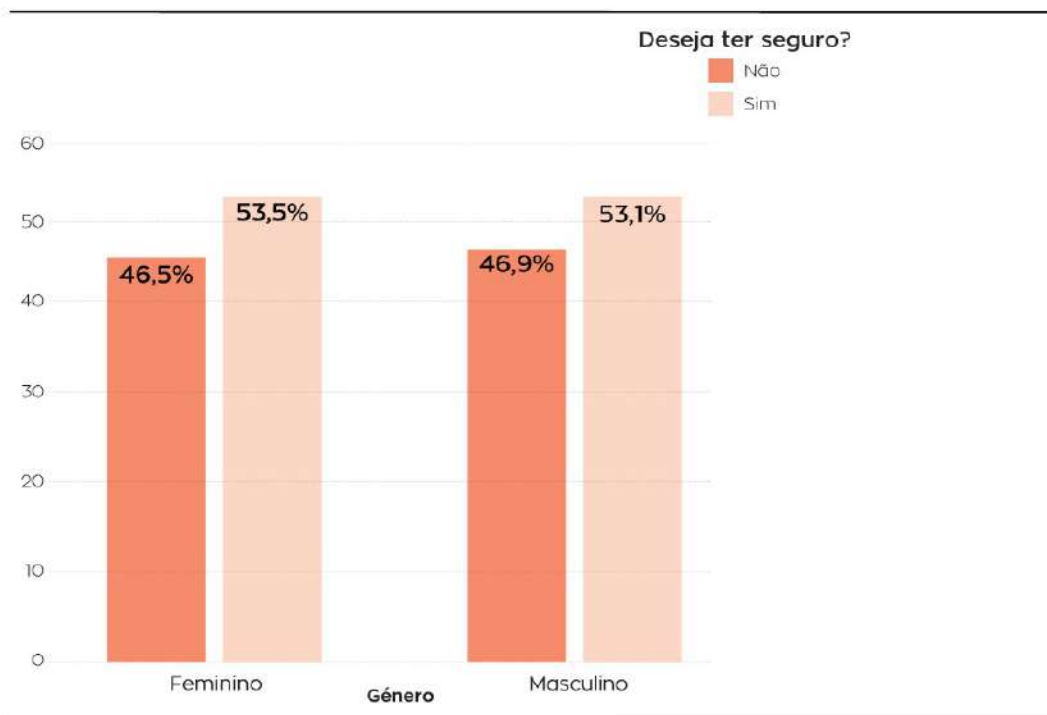


Gráfico 48 - Interesse pela titularização de seguro por género





## Tabela 72 - Tipologia de seguro subscrita por género

TC. 72

Tabela 72 - Tipologia de seguro subscrita por género					
Género	Seguro automóvel	Seguro de mercadoria	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Feminino	19,3%		7%	63,2%	10,5%
Masculino	43,5%	4,3%	8,7%	31,9%	11,6%

## Tabela 73 - Tipologia de seguro almejada por género

TC. 73

Tabela 73 - Tipologia de seguro almejada por género				
Género	Seguro automóvel	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Feminino	5,3%	6,5%	85,8%	2,4%
Masculino	13,5%	11,1%	72,4%	3%



## 12.7 SEGURO POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- A maioria dos comerciantes, em todos os graus de escolaridade, não tem seguro;
- A subscrição do seguro é mais comum entre os comerciantes com um grau de escolaridade superior, nomeadamente: os que concluíram o ensino técnico ou profissional (14%) e frequentaram (12%) ou concluíram (16%) o ensino superior;
- Há menos tomadores de seguros nos graus de escolaridade mais baixos, nomeadamente: nenhuma escolarização (2%), frequência e conclusão do ensino primário - classes 1-6 (3%) e frequência do ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9 (4%);
- Nos graus de escolaridade mais baixos (de nenhuma escolarização até à frequência do ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9 predomina a subscrição do seguro de saúde;
- Nos graus de escolaridade mais elevados (conclusão do ensino técnico ou profissional até à frequência de universidade ou ensino superior) predomina a subscrição do seguro automóvel;
- Em todos os graus de escolaridade, a maioria dos inquiridos deseja ter seguro, à excepção dos seguintes: nenhuma escolarização (35%), frequência do ensino primário - classes 1-6 (43%) e frequência e conclusão de escolas técnicas ou profissionais (30% e 35%, respectivamente);
- O desejo de subscrição de um seguro é maior entre os comerciantes com os seguintes graus de escolaridade: ensino secundário do 1.º ciclo concluído (68%), frequência e conclusão do ensino secundário do 2.º ciclo concluído (60%) e frequência de universidade ou ensino superior (60%);
- Em todos os graus de escolaridade, o seguro de saúde é o mais almejado, mas o interesse por essa modalidade é superior entre os inquiridos que pertencem aos graus de escolaridade mais baixos, nomeadamente: nenhuma escolarização (91,3%), frequência e conclusão do ensino primário (86,4% e 93,1%, respectivamente).



Tabela 74 - Titularização de seguro por grau de escolaridade

TC. 74

Tabela 74 - Titularização de seguro por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Tem seguro?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	98%	2%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	97%	3%	100%
Ensino primário concluído	97%	3%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	96%	4%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	91%	9%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	92%	8%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	92%	8%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	91%	9%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	86%	14%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	88%	12%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	84%	16%	100%

Tabela 75 - Tipologia de seguro subscrita por grau de escolaridade

TC. 75

Tabela 75 - Tipologia de seguro subscrita por grau de escolaridade					
Grau de escolaridade	Seguro automóvel	Seguro de mercadoria	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Nenhuma escolarização				100%	
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	15,4%	7,7%	7,7%	69,2%	
Ensino primário concluído		20%		80%	
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	27,8%		5,6%	66,7%	
Ensino secundário 1º ciclo concluído	33,3%		8,3%	41,7%	16,7%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	44,8%	3,4%	3,4%	37,9%	10,3%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	37,9%	3,4%	10,3%	37,9%	10,3%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	33,3%			33,3%	33,3%
Ensino técnico ou profissional concluído	75%		25%		
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	50%		16,7%	16,7%	16,7%
Universidade ou Instituto Superior concluído	33,3%		11,1%	11,1%	44,4%



Tabela 76 - Interesse pela titularização de seguro por grau de escolaridade

TC. 76

Tabela 76 - Interesse pela titularização de seguro por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Deseja ter seguro?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	65%	35%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	57%	43%	100%
Ensino primário concluído	46%	54%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	43%	57%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	32%	68%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	38%	62%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	38%	62%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	70%	30%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	65%	35%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	40%	60%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	41%	59%	100%

Tabela 77 - Tipologia de seguro almejada por grau de escolaridade

TC. 77

Tabela 77 - Tipologia de seguro almejada por grau de escolaridade				
Grau de escolaridade	Seguro automóvel	Seguro de responsabilidade civil	Seguro de saúde	Outros
Nenhuma escolarização	4,3%	2,9%	91,3%	1,4%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	5,3%	5,3%	86,4%	3,0%
Ensino primário concluído	3,4%	1,7%	93,1%	1,7%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	6,5%	7,5%	82,2%	3,8%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	9,9%	12,1%	76,9%	1,1%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	8,9%	7,7%	81,5%	1,8%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	11,2%	11,7%	74,6%	2,5%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	9,1%	9,1%	63,6%	18,2%
Ensino técnico ou profissional concluído	16,7%	25,0%	41,7%	16,7%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	13,3%	3,3%	83,3%	
Universidade ou Instituto Superior concluído	25,6%	23,1%	48,7%	2,6%



# POUPANÇA

---







### 13. POUPANÇA

- 56,7% dos comerciantes fazem poupança, mas apenas 25,9% poupam para a reforma;
- Com o propósito de gerar poupança, 48,8% dos comerciantes guardam o dinheiro em casa, 31,5% depositam-no no banco e 18,6% fazem kixiquila;
- Entre os comerciantes que poupam para a reforma, 40,4% guardam o dinheiro em casa, 38,4% depositam-no no banco e 16,9% fazem kixiquila;
- Os comerciantes que não poupam para a reforma pensam sustentar-se da seguinte forma: filhos (28,8%), família alargada (17,6%) e trabalho (9,6%).

Gráfico 49 - Poupança

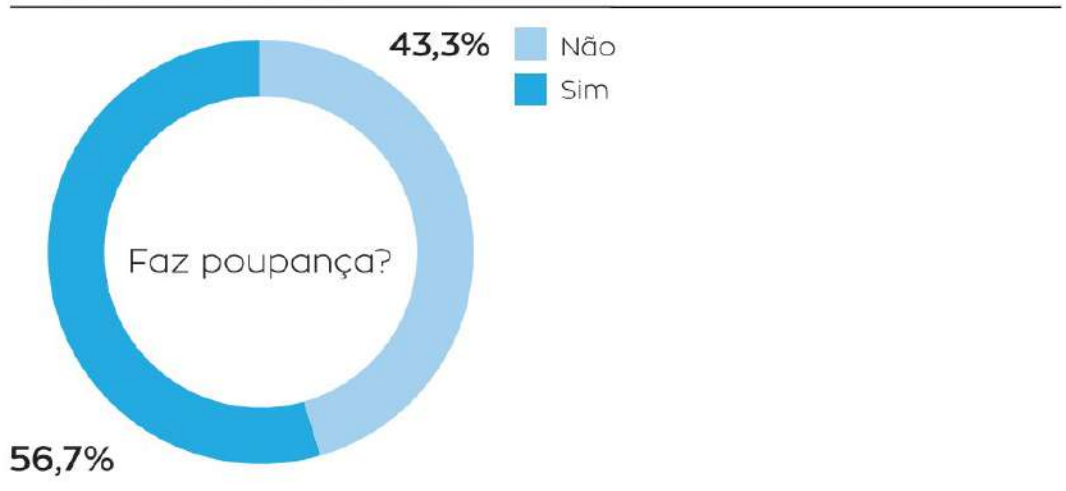


Gráfico 50 - Poupança para a reforma

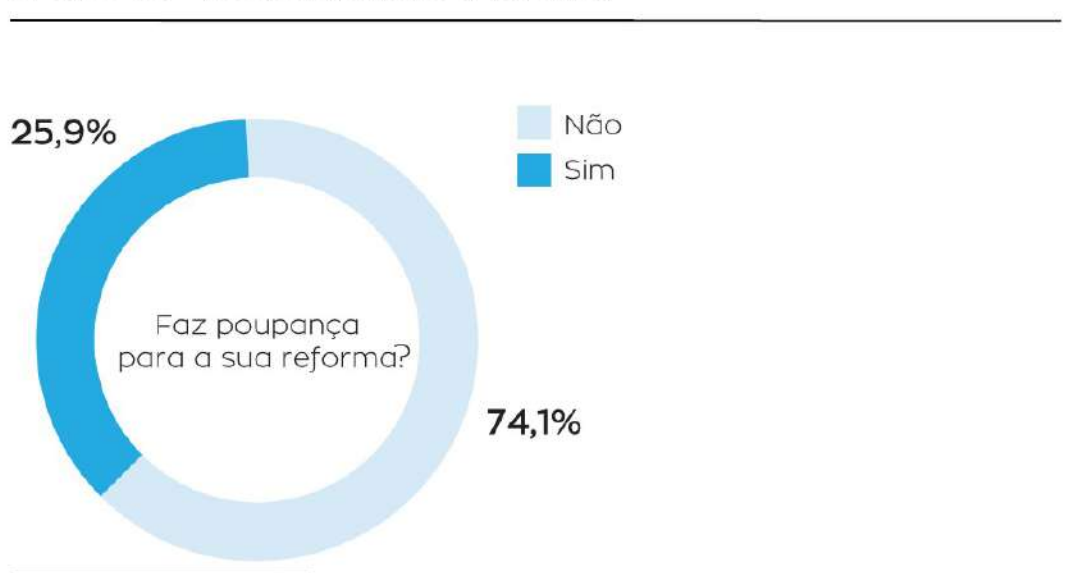




Tabela 78 - Método de poupança

TC. 78

Tabela 78 - Método de poupança	
Como poupa o seu dinheiro?	
Deposito no banco	31,5%
Faço kixiquila	18,6%
Guardo em casa	48,8%
Outros	1,1%
Total	100,0%

Tabela 79 - Método de poupança para a reforma

TC. 79

Tabela 79 - Método de poupança para a reforma	
Como poupa o seu dinheiro para a reforma?	
Deposito no banco	38,4%
Faço kixiquila	16,9%
Guardo em casa	40,4%
Outros	4,3%
Total	100,0%



## Tabela 80 - Planeamento financeiro para a velhice

TC. 80

Tabela 80 - Planeamento financeiro para a velhice	
Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?	
Amigos	1,4%
Cônjuge	4,3%
Estado	4,5%
Família alargada	17,6%
Filhos	28,8%
Pais	2,7%
Pensão	1,2%
Trabalho	9,6%
Outros	29,9%
Total	100,0%



### 13.1 POUPANÇA POR GRUPO ETÁRIO

- Mais de 50% dos comerciantes dos 15 aos 54 anos afirmam que fazem poupança, no entanto, a partir dos 55 anos a proporção de poupadores diminui, decrescendo para 17% no grupo com idade igual ou superior a 65 anos;
- Há mais poupadores nos seguintes grupos etários: 15-19 (63%), 25-29 (63%), 20-24 (59%) e 35-39 (58%);
- Os grupos etários onde se observam menos poupadores são:  $\geq 65$  (17%), 55-59 (46%) e 60-64 (52%);
- Em todos os grupos etários, mais de metade dos inquiridos não poupa para a reforma;
- Os comerciantes que mais poupam para a sua reforma pertencem aos seguintes grupos etários: 60-64 (38%), 20-24 (31%), 25-29 (31%) e 35-39 (27%);
- Os comerciantes que menos poupam para a sua reforma pertencem aos seguintes grupos etários:  $\geq 65$  (17%), 55-59 (17%), 30-34 (22%) e 15-19 (24%);
- Em todos os grupos etários, a poupança caseira é o principal método de poupança, mas a proporção de inquiridos que opta por esse método é superior nos dois grupos mais juvenis e nos dois grupos mais envelhecidos, nomeadamente:  $\geq 65$  (100%), 15-19 (88,5%), 20-24 (65,5%) e 60-64 (61,1%);
- O depósito bancário é o segundo método de poupança mais utilizado pelos inquiridos, seguido pela kixiquila;
- O depósito bancário é o principal método de poupança para a reforma nos seguintes grupos etários: 25-29 (40,7%), 30-34 (46,9%), 35-39 (43%), 45-49 (39,6%) e 55-59 (43,8%);
- Os comerciantes entre 15-19 (70%), 20-24 (47,3%), 40-44 (42,3%), 50-54 (51,2%) e 60-64 (50%) anos são os que mais poupam para a reforma, guardando o dinheiro em casa;
- Os inquiridos que não poupam para a reforma indicam as seguintes fontes de sustento para a velhice: filhos, família alargada e trabalho;
- Os comerciantes a partir dos 50 anos indicam os filhos como a principal fonte de sustento para a velhice.



Tabela 81 - Poupança por grupo etário

TC. 81

Tabela 81 - Poupança por grupo etário			
Grupo etário	Faz poupança?		Total
	Não	Sim	
15-19	37%	63%	100%
20-24	41%	59%	100%
25-29	37%	63%	100%
30-34	44%	56%	100%
35-39	42%	58%	100%
40-44	45%	55%	100%
45-49	44%	56%	100%
50-54	47%	53%	100%
55-59	54%	46%	100%
60-64	48%	52%	100%
≥65	83%	17%	100%

Tabela 82 - Método de poupança por grupo etário

TC. 82

Tabela 82 - Método de poupança por grupo etário				
Grupo etário	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
15-19	5,8%	5,8%	88,5%	
20-24	22,3%	12,2%	65,5%	
25-29	34,4%	17,6%	47,1%	0,9%
30-34	38,2%	16,1%	44,2%	1,4%
35-39	34,5%	22%	43,1%	0,4%
40-44	31,7%	22,2%	43,4%	2,7%
45-49	31%	19,6%	48,4%	1,1%
50-54	27,6%	26%	44,7%	1,6%
55-59	40,4%	19,1%	40,4%	
60-64	33,3%	5,6%	61,1%	
≥65			100%	



Tabela 83 - Poupança para a reforma por grupo etário

TC. 83

Tabela 83 - Poupança para a reforma por grupo etário			
Grupo etário	Faz poupança para a sua reforma?		Total
	Não	Sim	
15-19	76%	24%	100%
20-24	69%	31%	100%
25-29	69%	31%	100%
30-34	78%	22%	100%
35-39	73%	27%	100%
40-44	75%	25%	100%
45-49	75%	25%	100%
50-54	74%	26%	100%
55-59	83%	17%	100%
60-64	62%	38%	100%
≥65	83%	17%	100%

Tabela 84 - Método de poupança para a reforma por grupo etário

TC. 84

Tabela 84 - Método de poupança para a reforma por grupo etário				
Grupo etário	Como poupa o seu dinheiro para a reforma?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
15-19	10%	20%	70%	
20-24	30,9%	21,8%	47,3%	
25-29	40,7%	15,1%	39,5%	4,7%
30-34	46,9%	14,1%	35,9%	3,1%
35-39	43%	20,3%	34,2%	2,5%
40-44	32,4%	19,7%	42,3%	5,6%
45-49	39,6%	16,7%	33,3%	10,4%
50-54	32,6%	11,6%	51,2%	4,7%
55-59	43,8%	18,8%	31,3%	6,3%
60-64	37,5%		50%	12,5%
≥65	50%		50%	



Tabela 85 – Planeamento financeiro para a velhice por grupo etário

TC. 85

Tabela 85 - Planeamento financeiro para a velhice por grupo etário									
Grupo etário	Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?								
	Estado	Trabalho	Cônjuge	Filhos	Pais	Família alargada	Amigos	Pensão	Outros
15-19		29,6%		18,5%	7,4%	18,5%			25,9%
20-24	3,6%	9,1%	3,6%	20%	10%	24,5%	1,8%	0,9%	26,4%
25-29	0,6%	10,3%	6,4%	27,6%	1,9%	20,5%	1,9%	1,9%	28,8%
30-34	4,5%	11,5%	6%	31%	0,5%	12,5%	3%	2%	29%
35-39	3,9%	10,8%	4,4%	27,6%	1%	16,7%	1,5%	0,5%	33,5%
40-44	3,6%	6,7%	5,1%	32,3%	4,1%	14,4%	0,5%		33,3%
45-49	6,1%	6,8%	1,4%	25%	2%	17,6%	0,7%	3,4%	37,2%
50-54	10,5%	9,6%	3,5%	30,7%	1,8%	20,2%			23,7%
55-59	8,8%	3,5%	1,8%	40,4%	1,8%	24,6%	3,5%		15,8%
60-64	8,3%	8,3%		41,7%		25%			16,7%
>65		9,1%		45,5%	9,1%	9,1%		9,1%	18,2%

### 13.2 POUPANÇA POR GÉNERO

- Os homens (60%) poupam mais do que as mulheres (56%);
- Cerca de metade dos homens (50,6%) e das mulheres (47,7%) poupa o seu dinheiro guardando-o em casa, mas os homens (40,3%) poupam mais depositando-o no banco do que as mulheres (26,5%), estas recorrem mais à kixiquila do que os homens;
- A pensar na reforma, as mulheres (27%) poupam ligeiramente mais do que os homens (25%);
- 51,3% dos homens poupam para a reforma, depositando o dinheiro no banco, e 42,3% das mulheres guardam-no em casa com o mesmo propósito;
- Os homens e as mulheres que não poupam para a reforma planeiam sustentar-se na velhice maioritariamente pelos filhos e pela família alargada.



Gráfico 51 - Poupança por género

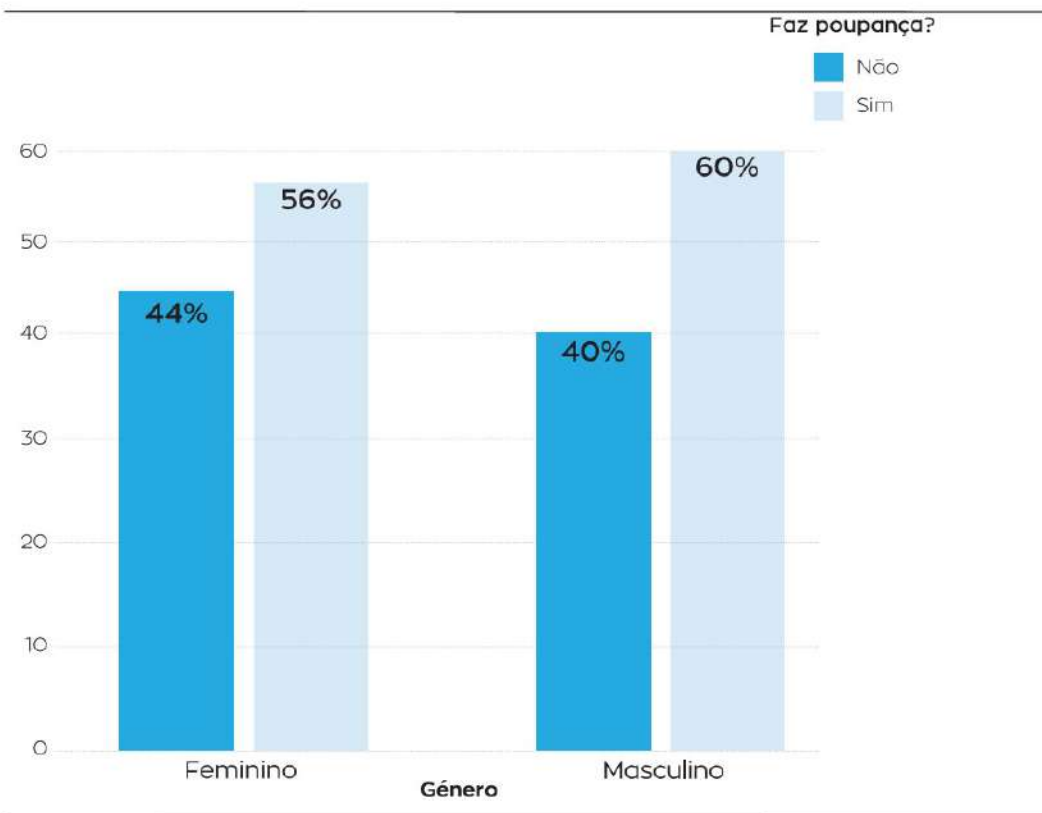


Gráfico 52 - Poupança para a reforma por género

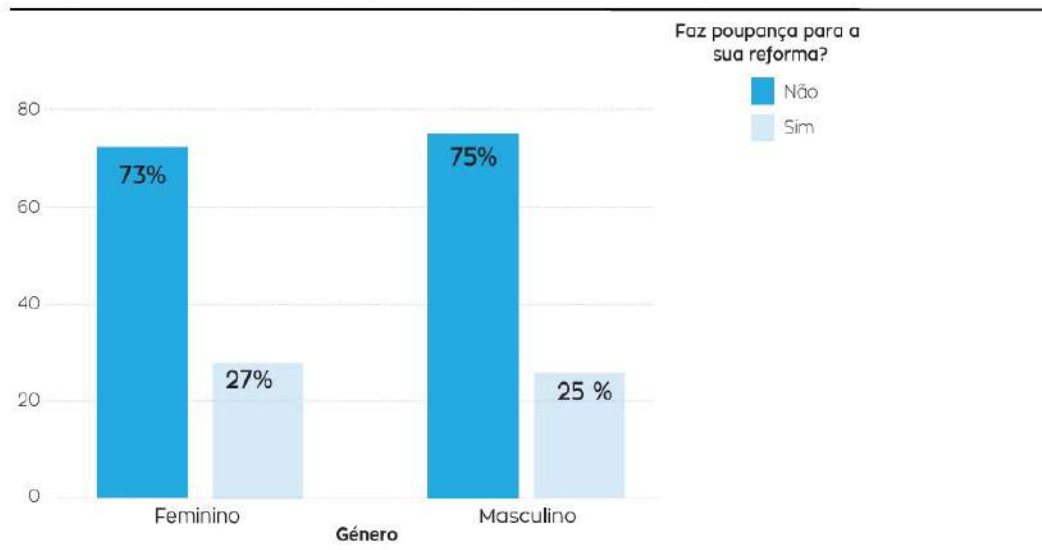




Tabela 86 - Método de poupança por género

TC. 86

Tabela 86 - Método de poupança por género				
Género	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Feminino	26,5%	24,2%	47,7%	1,5%
Masculino	40,3%	8,7%	50,6%	0,4%

Tabela 87 - Método de poupança para a reforma por género

TC. 87

Tabela 87 - Método de poupança para a reforma por género				
Género	Como poupa o seu dinheiro para a reforma?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Feminino	31,7%	22,1%	42,3%	3,8%
Masculino	51,3%	8,2%	34,8%	5,7%

Tabela 88 - Planeamento financeiro para a velhice por género

TC. 88

Tabela 88 - Planeamento financeiro para a velhice por género									
Género	Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?								
	Estado	Trabalho	Cônjuge	Filhos	Pais	Família alargada	Amigos	Pensão	Outros
Feminino	4,4%	8,8%	5,8%	34,3%	2,9%	17,3%	1,2%	1,1%	24,2%
Masculino	5,4%	11,8%	1,7%	19,6%	2,4%	17,3%	0,9%	1,4%	39,5%



### 13.3 POUPANÇA POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- Os inquiridos que mais poupam frequentaram ou concluíram a universidade ou instituto superior (78,2% e 80,9%, respectivamente), ou concluíram o ensino técnico ou profissional (65,4%);
- Os inquiridos que menos poupam não têm nenhuma escolarização (44,9%), frequentaram ou concluíram o ensino primário (52,2% e 45,9%, respectivamente), ou frequentaram o ensino técnico profissional (50%);
- Quanto mais elevado é o grau de escolaridade, maior é a proporção de comerciantes que poupa o seu dinheiro depositando-o no banco. Inversamente, quanto menor é o grau de escolaridade, maior é a proporção de comerciantes que poupa o seu dinheiro guardando-o em casa. O mesmo se verifica relativamente ao método de poupança para a reforma;
- A maioria dos comerciantes, em todos os graus de escolaridade, não poupa para a reforma;
- Os comerciantes que mais poupam para a reforma concluíram o ensino técnico profissional (36,4%), frequentaram o ensino secundário do 2.º ciclo - classes 10-12 (32,9%), concluíram o ensino secundário do 1.º ciclo (28,8%) ou frequentaram a universidade ou instituto superior (28%);
- Em todos os graus de escolaridade, os comerciantes que poupam para a reforma guardam o dinheiro em casa ou depositam-no no banco com este propósito;
- Aqueles que não poupam para a reforma planeiam sustentar-se na velhice maioritariamente pelos filhos ou pela família alargada.

Tabela 89 - Poupança por grau de escolaridade

TC. 89

Tabela 89 - Poupança por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Faz poupança?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	55,1%	44,9%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-5)	47,8%	52,2%	100%
Ensino primário concluído	54,1%	45,9%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	40,6%	59,4%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	43,7%	56,3%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	34,2%	65,8%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	43,3%	56,7%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	50%	50%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	34,6%	65,4%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	21,8%	78,2%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	19,1%	80,9%	100%



Tabela 90 - Poupança para a reforma por grau de escolaridade

TC. 90

Tabela 90 - Poupança para a reforma por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Faz poupança para a sua reforma?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	83,7%	16,3%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	74,1%	25,9%	100%
Ensino primário concluído	72,7%	27,3%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	76,2%	23,8%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	71,2%	28,8%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	67,1%	32,9%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	73,2%	26,8%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	78,3%	21,7%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	63,6%	36,4%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	72%	28%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	75%	25%	100%

Tabela 91 - Método de poupança por grau de escolaridade

TC. 91

Tabela 91 - Método de poupança por grau de escolaridade				
Grau de escolaridade	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Nenhuma escolarização	17,9%	18,7%	63,4%	
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	13,4%	30,3%	54,7%	1,6%
Ensino primário concluído	19,5%	22,1%	58,4%	
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	27,3%	21,6%	49,8%	1,3%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	46,3%	7,3%	45,1%	1,2%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	44,6%	15,8%	38,3%	1,4%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	40,9%	12,3%	46,3%	0,5%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	55%	5%	40%	
Ensino técnico ou profissional concluído	60%	5%	35%	
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	51,8%	5,4%	42,9%	
Universidade ou Instituto Superior concluído	66,7%	4,8%	28,6%	



Tabela 92 - Método de poupança para a reforma por grau de escolaridade

TC. 92

Tabela 92 - Método de poupança para a reforma por grau de escolaridade				
Grau de escolaridade	Como poupa o seu dinheiro para a reforma?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Nenhuma escolarização	32,3%	25,8%	41,9%	
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	23,1%	17,9%	53,8%	5,1%
Ensino primário concluído	25,9%	22,2%	44,4%	7,4%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	33,3%	23,3%	43,3%	
Ensino secundário 1º ciclo concluído	38,9%	16,7%	41,7%	2,8%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	48,2%	12%	32,5%	7,2%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	44,9%	14,3%	36,7%	4,1%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	71,4%	14,3%	14,3%	
Ensino técnico ou profissional concluído	37,5%		50%	12,5%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	56,3%	12,5%	25%	6,3%
Universidade ou Instituto Superior concluído	55,6%		22,2%	22,2%

Tabela 93 - Planeamento financeiro para a velhice por grau de escolaridade

TC. 93

Tabela 93 - Planeamento financeiro para a velhice por grau de escolaridade									
Grau de escolaridade	Se não poupa para a reforma, como pensa sustentar-se na velhice?								
	Estado	Trabalho	Cônjuge	Filhos	Pais	Família alargada	Amigos	Pensão	Outros
Nenhuma escolarização	0,7%	1,4%	4,3%	24,5%	2,2%	25,2%	2,2%	2,2%	37,4%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	3,1%	8,7%	3,1%	34,4%	3,1%	17,4%	7%		29,2%
Ensino primário concluído	5,6%	2,8%	5,6%	30,6%	2,8%	15,3%		2,8%	34,7%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	5,3%	7,6%	4,7%	35,1%	2%	16%	1,2%	0,4%	27%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	3,4%	20,2%	2,2%	20,2%	11%	20,2%		1,7%	22,5%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	7,5%	13%	5%	26,7%	2,5%	15,5%	2,5%	1,9%	25,5%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	5,1%	12,5%	4,2%	19,9%	3,2%	14,4%	1,4%	1,9%	37,5%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	10,3%			20,7%	6,9%	41,4%	3,4%		17,2%
Ensino técnico ou profissional concluído		14,5%		28,6%					57,1%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	2,8%	19,4%	2,8%	33,5%	6,3%	5,6%	2,8%		25%
Universidade ou Instituto Superior concluído	5,4%		13,5%	35,1%	2,7%	24,3%		2,7%	16,2%

# CRÉDITO

---







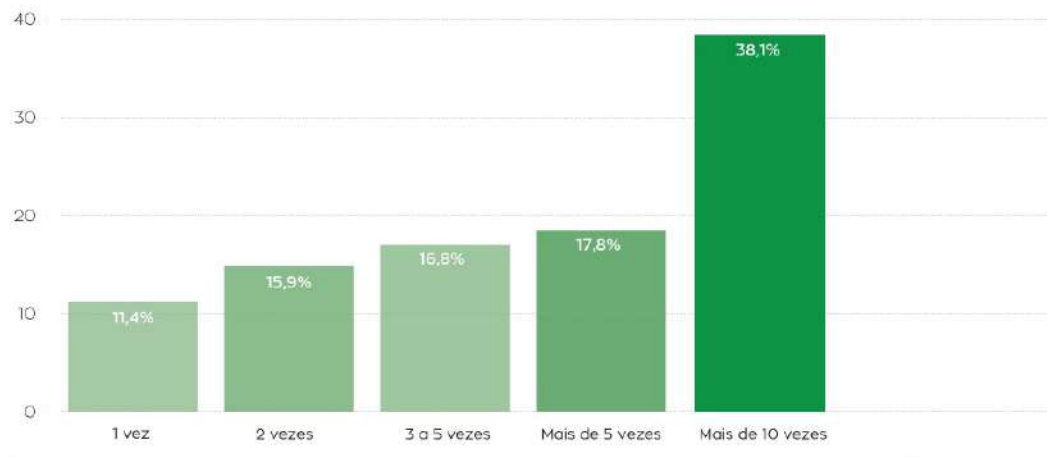
## 14. CRÉDITO

### 14.1 DAQUELES QUE JÁ OBTIVERAM CRÉDITO:

- 38,1% obtiveram crédito mais de 10 vezes<sup>5</sup>; 17,8%, mais de 5 vezes; e 16,8%, entre 3 a 5 vezes;
- 53,2% gostariam de obter outro crédito;
- 37,6% adquiriram um valor igual ou inferior a Kz 10.000; 24,4%, entre Kz 10.000 e Kz 50.000; 12,3%, entre Kz 100.000 e Kz 250.000; e 11,7%, entre Kz 50.000 e Kz 100.000. Apenas 1,9% contraíram um crédito superior a Kz 10.000.000;
- 56,2% solicitaram o último crédito para investir no seu negócio, 11,9% para pagar despesas de saúde e 10% para pagar despesas familiares;
- Em 63,8% dos casos, a fonte de obtenção do crédito foi pessoal, seguida da kixiquila (20,4%);
- Apenas 9,8% dos inquiridos contraíram crédito bancário;
- Os montantes de crédito mais altos (de Kz 500.000 a mais de Kz 10.000.000) foram, maioritariamente, bancários. Os créditos mais baixos (inferiores a Kz 500.000) foram predominantemente pessoais.

### Gráfico 53 - Obtenção de crédito

Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?



<sup>5</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Gráfico 54 - Interesse em obter outro crédito

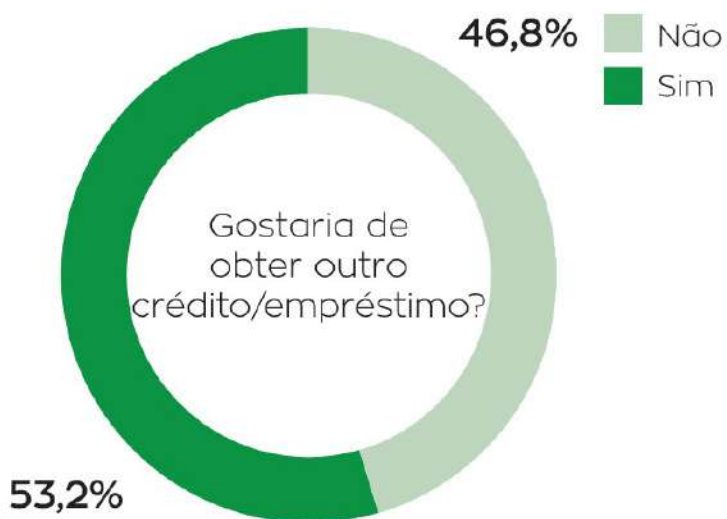


Gráfico 55 - Montante de crédito obtido

Qual foi o valor do último crédito/empréstimo que obteve?

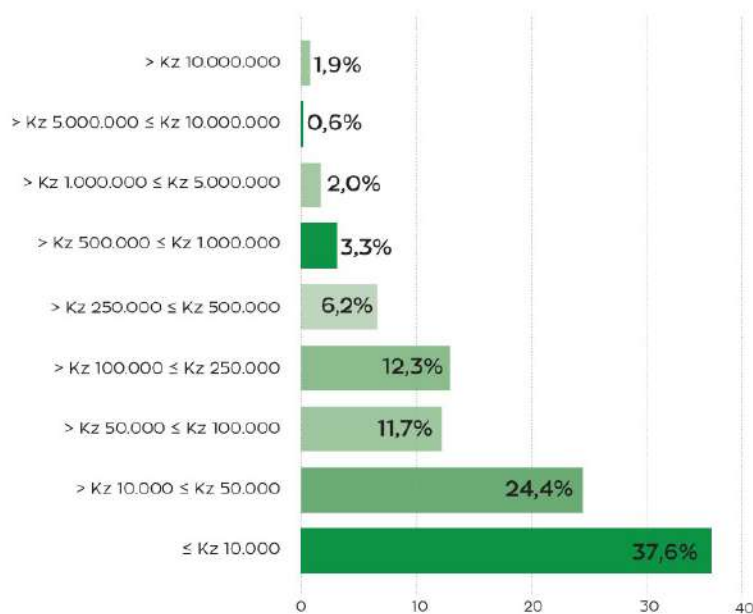




Gráfico 56 - Finalidade do crédito obtido

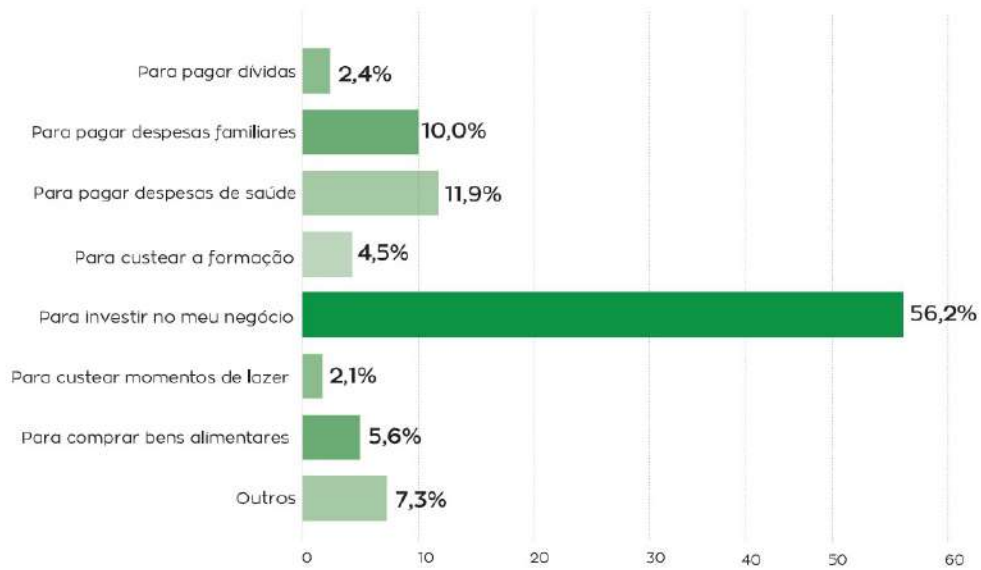


Gráfico 57 - Fonte credora

Onde adquiriu o seu último crédito/empréstimo?

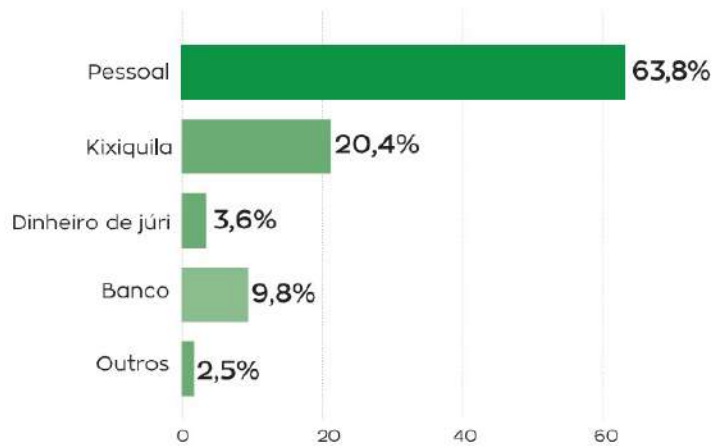




Tabela 94 - Montante de crédito obtido por fonte credora

TC. 94

Tabela 94 - Montante de crédito obtido por fonte credora										
Fonte credora	Qual foi o valor do último crédito/empréstimo que obteve?									Total
	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	
Banco	7,9%	4,8%	7,9%	19,0%	15,9%	25,9%	11%	4,8%	12,7%	100,0%
Dinheiro de juri	33,3%	33,3%	19,0%	14,5%						100,0%
Kixiquila	19,5%	20,3%	23,6%	26,0%	8,7%	0,9%	1,6%			100,0%
Pessoal	48,7%	28,0%	8,7%	6,3%	3,4%	1,9%	1,0%	0,2%	1,0%	100,0%
Outros	7,7%	7,1%	7,7%	33,7%	28,0%	14,3%				100,0%

## 14.2 DAQUELES QUE GOSTARIAM DE OBTER CRÉDITO

- 18,5% gostariam de aceder a uma quantia entre Kz 100.000 e Kz 250.000, 14,4% entre Kz 250.000 e Kz 500.000, 13,5% entre Kz 500.000 e Kz 1.000.000 e 13,1% entre Kz 50.000 e Kz 100.000. 7,1% almejam um valor superior a KZ 10.000.000;
- Com o crédito contraído, 76,4% investiriam no seu próprio negócio;
- 62,3% gostariam que a fonte credora fosse o banco; 22,4%, pessoal; e 13% indicaram a kixiquila.

Gráfico 58 - Montante de crédito almejado

Se gostaria de obter outro crédito/empréstimo, indique o valor.

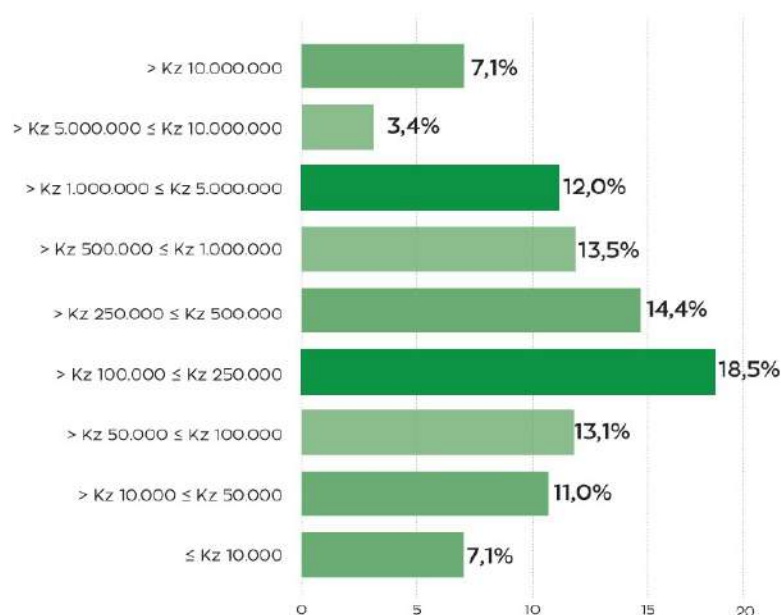




Gráfico 59 - Fonte credora almejada

Se gostaria de obter um crédito/empréstimo, indique a fonte.

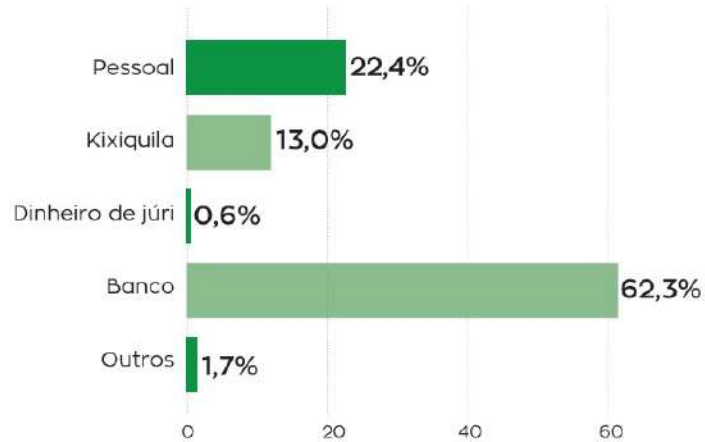
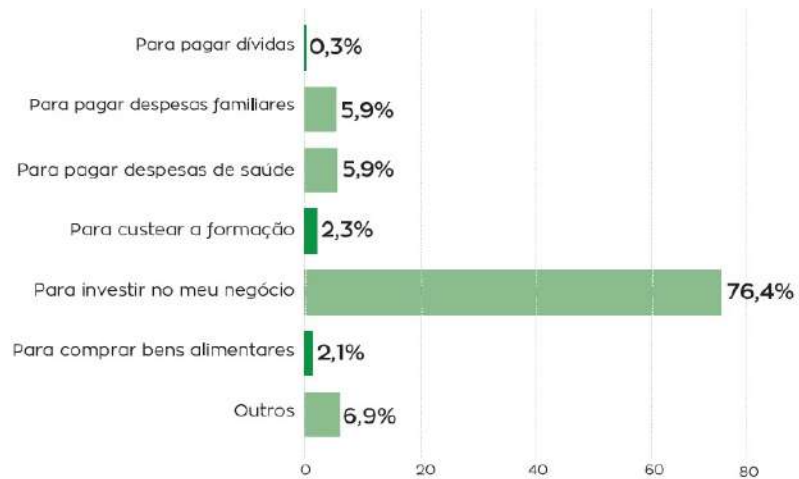


Gráfico 60 - Finalidade do crédito almejado

Se gostaria de obter um crédito, indique o motivo.





### 14.3 A DIFERENÇA ENTRE O CRÉDITO OBTIDO E O CRÉDITO ALMEJADO

Verifica-se uma grande disparidade entre os montantes de crédito mais vezes obtidos e os mais almejados. Efectivamente, os comerciantes inquiridos gostariam de aceder a quantias mais elevadas do que às que têm acesso. No entanto, o intervalo entre Kz 50.000 e Kz 100.000, um dos mais vezes obtido é, na mesma proporção, dos mais desejados.

Tabela 95 - Crédito obtido e almejado

TC. 95

Tabela 95 - Crédito obtido e almejado			
Crédito almejado	Percentagem	Crédito obtido	Percentagem
> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	18,5%	≤ Kz 10.000	36,9%
> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	14,4%	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	24,4%
> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	13,5%	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	12,3%
> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	13,1%	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	11,7%

### 14.4 CRÉDITO POR ÁREA

- Em todas as áreas, os comerciantes obtiveram crédito pelo menos 1 vez, excepto os inquiridos das Casas de Processo que contraíram crédito no mínimo 2 vezes;
- Das 13 áreas, em 8 a proporção de inquiridos que obteve crédito/empréstimo mais de 10 vezes é superior às outras categorias<sup>6</sup>, nomeadamente: Casas de Processo (66,7%), Frescos (59,4%), Fardos (53,3%), Comércio (48,8%), Comes e Bebes (46,7%), Material de Construção (45%), Diversos (32,1%) e Cosméticos (26,8%). Neste grupo encontram-se as 4 áreas mais bancarizadas dos mercados - Fardos, Material de Construção, Cosméticos e Diversos;
- Na área de Animais Vivos, a maior parte dos inquiridos (34,8%) obteve crédito 2 vezes;
- Nas Moagens e na Zunga, 50% e 41,7% dos inquiridos, respectivamente, obteve crédito 3 a 5 vezes;
- Com 26,9% dos casos registados, no Campo destaca-se a proporção de indivíduos que obteve crédito mais de 5 vezes e menos de 10.

<sup>6</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Tabela 96 - Obtenção de crédito por área

TC. 96

Tabela 96 - Obtenção de crédito por área						
Área	Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?					Total
	1 vez	2 vezes	3 a 5 vezes	Mais de 5 vezes	Mais de 10 vezes	
Animais Vivos	17,4%	34,8%	13,0%	21,7%	13,0%	100,0%
Campo	11,9%	20,9%	17,9%	26,9%	22,4%	100,0%
Casas de Processo		11,1%	11,1%	11,1%	66,7%	100,0%
Comércio	12,2%	26,8%	4,9%	7,3%	48,8%	100,0%
Comes e Bebes	6,7%	13,3%	6,7%	26,7%	46,7%	100,0%
Cosméticos	18,3%	14,6%	18,3%	22,0%	26,8%	100,0%
Diversos	13,4%	17,9%	25,4%	11,2%	32,1%	100,0%
Fardos	8,6%	9,5%	15,2%	13,3%	53,5%	100,0%
Frescos	9,4%	15,6%	6,3%	9,4%	59,4%	100,0%
Matadouros	30,0%	30,0%	10,0%		30,0%	100,0%
Material de Construção	4,2%	9,2%	12,5%	29,2%	45,0%	100,0%
Moagens	16,7%	16,7%	50,0%		16,7%	100,0%
Zunga/ Roboteiros	25,0%	16,7%	41,7%	8,3%	8,3%	100,0%

#### 14.4.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

- Das 13 áreas, em 8 predomina a proporção de indivíduos cujo último crédito obtido não ultrapassa os Kz 10.000, nomeadamente: Moagens 83,3%, Campo 55,7%, Casas de Processo 44,4%, Comes e Bebes 64,7%, Cosméticos 43,2%, Diversos 41,5%, Fardos 45,2% e Frescos 43,8%. Os Matadouros e Animais Vivos são as únicas áreas em que não foram registados casos de empréstimos iguais ou inferiores a Kz 10.000;
- O intervalo entre Kz 10.000 e Kz 50.000 é o único transversal a todas as áreas;
- Registam-se casos de comerciantes cujo último montante de crédito obtido é superior a Kz 10.000.000, nas seguintes áreas: Cosméticos (6 casos), Diversos (2 casos) e Matadouros (4 casos);
- Nos Diversos, Cosméticos, Matadouros e Material de Construção foi registado 1 caso de obtenção de um crédito entre Kz 5.000.000 e Kz 10.000.000;
- Nas Moagens, o valor máximo de crédito obtido (entre Kz 10.000 e Kz 50.000) é inferior ao montante máximo adquirido nas outras áreas dos mercados.



Tabela 97 - Montante de crédito obtido por área

TC. 97

Tabela 97 - Montante de crédito obtido por área											
Área	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Outros	
Animais Vivos		4,3%	26,1%	30,4%	17,4%	17,4%	4,3%			100,0%	
Campo	55,7%	32,8%	8,2%	3,3%						100,0%	
Casas de Processo	44,6%	11,7%	11,1%	11,7%	22,2%					100,0%	
Comércio	25,8%	34,1%	9,8%	24,4%	4,9%					100,0%	
Comes e Debes	64,7%	11,6%	5,9%	5,9%	11,8%					100,0%	
Cosméticos	43,2%	19,8%	7,4%	8,6%	4,9%	3,7%	3,7%	1,2%	7,4%	100,0%	
Diversos	41,5%	25,4%	11,5%	6,0%	6,0%	3,1%	2,3%	0,8%	1,5%	100,0%	
Fardos	45,0%	27,9%	3,8%	9,6%	6,7%	6,7%				100,0%	
Frescos	43,6%	25,0%	9,4%	6,3%	3,1%	3,1%	9,4%			100,0%	
Matadouros		10,0%			20,0%	20,0%		10,0%	40,0%	100,0%	
Material de Construção	21,4%	19,7%	24,6%	24,6%	6,0%		2,6%	0,9%		100,0%	
Moagens	83,3%	16,7%								100,0%	
Zunga/Roboteiros	16,7%	66,7%	8,3%	8,3%						100,0%	

#### 14.4.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

- Em todas as áreas, o investimento no próprio negócio foi o principal motivo de solicitação do último crédito obtido, à exceção das Moagens, área em que os comerciantes contraíram crédito maioritariamente para comprar bens alimentares;
- O pagamento de despesas de saúde é o segundo motivo pelo qual os comerciantes do Campo, Casas de Processo, Comes e Debes, Comércio, Diversos e Zunga/Roboteiros obtiveram crédito;
- Para além do investimento no seu negócio, nos Fardos, Frescos e Material de Construção, os comerciantes obtiveram crédito para pagar despesas familiares;
- Na área de Cosméticos, o segundo motivo para a solicitação de crédito é o custeamento da formação. Ainda assim, os comerciantes que mais contraíram crédito para o custeamento da formação pertencem à área de Animais Vivos;
- Os comerciantes das Moagens foram os que mais crédito contraíram para o pagamento de dívidas.



Tabela 98 - Finalidade do crédito obtido por área

TC. 98

Tabela 98 - Finalidade do crédito obtido por área								
Área	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Animais Vivos			75,9%	13,0%		8,7%		4,3%
Campo	5,0%	1,3%	63,8%	1,3%	22,2%	1,3%	1,3%	3,8%
Casas de Processo	11,1%		55,6%	11,1%	22,2%			
Comércio	2,4%	4,8%	54,8%	11,9%	14,3%	4,8%	2,4%	4,8%
Comes e Bebes		6,3%	75,0%		12,5%	6,3%		
Cosméticos	5,2%	2,1%	62,5%	9,4%	7,3%	4,2%	1,0%	8,3%
Diversas	6,3%	2,5%	50,6%	3,8%	15,2%	7,6%	2,5%	11,4%
Fardos	3,3%		52,5%	1,6%	10,7%	16,4%	4,1%	11,5%
Frescos	8,8%	5,9%	61,8%	2,9%	5,9%	14,7%		
Matadouros	10,0%	10,0%	40,0%		10,0%			30,0%
Material de Construção	6,5%	2,0%	55,6%	5,9%	7,8%	17,0%	2,6%	4,6%
Moagens	50,0%		25,0%			25,0%	12,5%	
Zungu/ Roboteiros			41,7%		33,3%	16,7%	8,3%	

#### 14.4.3 FONTE CREDORA

- Em todas as áreas, à excepção dos Animais Vivos, Comes e Bebes e Material de Construção, a fonte credora é maioritariamente pessoal;
- Foram observados casos de obtenção de crédito bancário nas seguintes áreas: Animais Vivos, Matadouros, Campo, Comércio, Cosméticos, Diversos, Fardos e Material de Construção;
- As áreas onde se registam mais casos de crédito bancário são os Matadouros (45,5%) e os Animais Vivos (30,8%);
- A kixiquila é a principal fonte credora nas áreas de Animais Vivos (61,5%), Comes e Bebes (63,6%) e Material de Construção (47,9%);
- Nas Moagens, o crédito foi obtido somente por via pessoal ou pela kixiquila;
- Há mais inquiridos a obter crédito por dinheiro de júri na Zungu/Roboteiros.

Tabela 99 - Fonte credora por área

TC. 99

Tabela 99 - Fonte credora por área						
Área	banco	Dinheiro de júri	Kixiquila	Pessoal	Outros	Total
Animais Vivos	30,8%	7,7%	61,5%			100,0%
Campo	2,8%	1,4%	13,9%	77,8%	4,2%	100,0%
Casas de Processo				88,9%	11,1%	100,0%
Comércio	9,8%	4,9%	7,3%	78,0%		100,0%
Comes e Bebes			63,6%	31,6%	4,5%	100,0%
Cosméticos	12,2%		3,7%	84,1%		100,0%
Diversos	15,6%	5,0%	9,6%	67,4%	2,2%	100,0%
Fardos	6,7%	2,9%	13,3%	70,5%	6,7%	100,0%
Frescos			3,1%	96,9%		100,0%
Matadouros	45,5%			54,5%		100,0%
Material de Construção	7,4%	5,8%	47,9%	37,2%	1,7%	100,0%
Moagens			50,0%	50,0%		100,0%
Zungu/ Roboteiros		16,7%	16,7%	66,7%		100,0%



#### 14.4.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- Globalmente, mais de metade dos comerciantes que nunca obteve crédito não tem interesse em fazê-lo, excepto na área de Animais Vivos (81,6%) e Matadouros (54,8%);
- Os comerciantes menos propensos a obter crédito pertencem ao Comércio (87,5%), ao Campo (83,2%) e aos Frescos (78,6%);
- Nas áreas de Comércio, Diversos, Fardos, Frescos e Material de Construção, mais de metade dos comerciantes gostaria de voltar a contrair crédito. Inversamente, no Campo, Comes e Bebes, Cosméticos e Moagens, a maioria não pretende voltar a contrair crédito;
- A totalidade dos inquiridos da Zunga/Roboteiros que já obteve crédito não gostaria de voltar a fazê-lo.

Tabela 100 - Interesse em obter crédito por área

TC. 100

Tabela 100 - Interesse em obter crédito por área			
Área	Se não, gostaria de obter um crédito/empréstimo?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	18,4%	81,6%	100,0%
Campo	83,2%	16,8%	100,0%
Casas de Processo	53,8%	46,2%	100,0%
Comércio	87,5%	12,5%	100,0%
Comes e Bebes	63,5%	36,5%	100,0%
Cosméticos	76,8%	23,2%	100,0%
Diversos	71,4%	28,6%	100,0%
Fardos	71,1%	28,9%	100,0%
Frescos	78,6%	21,4%	100,0%
Matadouros	45,2%	54,8%	100,0%
Material de Construção	64,3%	35,7%	100,0%
Moagens	60,9%	39,1%	100,0%
Zunga/ Roboteiros	65,8%	34,2%	100,0%



Tabela 101 - Interesse em obter outro crédito por área

TC. 101

Tabela 101 - Interesse em obter outro crédito por área			
Área	Gostaria de obter outro crédito/empréstimo?		Total
	Não	Sim	
Campo	61,0%	39,0%	100,0%
Comércio	33,3%	66,7%	100,0%
Comes e Bebés	64,3%	35,7%	100,0%
Cosméticos	55,0%	45,0%	100,0%
Diversos	47,7%	52,3%	100,0%
Fardos	46,4%	53,6%	100,0%
Frescos	34,4%	65,6%	100,0%
Material de Construção	33,3%	66,7%	100,0%
Moagens	75,0%	25,0%	100,0%
Zunga/ Roboteiros	100,0%		100,0%

#### 14.4.5 CRÉDITO ALMEJADO

- O montante mais transversal a todas as áreas corresponde ao intervalo entre Kz 500.000 e Kz 1.000.000 (apenas os inquiridos dos Matadouros não almejam uma quantia neste intervalo);
- Os comerciantes das Moagens são os que mais gostariam de contrair créditos iguais ou inferiores a Kz 10.000. Nesta área, o limite máximo almejado é o mais baixo em comparação com as outras áreas, entre Kz 250.000 e Kz 500.000;
- As áreas onde os inquiridos almejam montantes de crédito superiores a Kz 10.000.000 são: Comércio, Cosméticos, Diversos, Matadouros e Material de Construção;
- Em todas as áreas, à excepção do Campo e das Moagens, a maioria dos comerciantes gostaria de contrair crédito por via bancária;
- No Campo e nas Moagens, a maioria dos inquiridos almeja contrair créditos pessoais;
- A proporção de comerciantes que gostaria de obter crédito para investir no seu negócio não é inferior a 69%, excepto nas Moagens, onde 100% afirma que gostaria de obter crédito para adquirir bens alimentares;
- Na Zunga/Roboteiros, 100% dos inquiridos que gostariam de obter crédito indicam que utilizariam o montante para investir no seu negócio.



Tabela 102 - Montante de crédito almejado por área

TC. 102

Tabela 102 - Montante de crédito almejado por área										
Área	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Outros
Animas Vivas			5,0%	22,5%	30,0%	22,5%	20,0%			100,0%
Campo	12,9%	21,0%	21,0%	19,4%	11,3%	6,5%	8,1%			100,0%
Casas de Processo						100,0%				100,0%
Comércio		12,5%	37,5%			25,0%	12,5%		12,5%	100,0%
Comes e Bebés	20,0	8,0%	24,0%	16,0%	16,0%	4,0%	12,0%			100,0%
Cosméticos	8,2%	11,0%	6,8%	9,6%	4,1%	9,6%	13,7%	13,7%	23,3%	100,0%
Diversos	8,7%	14,3%	8,1%	14,3%	10,6%	14,0%	15,5%	5,0%	8,7%	100,0%
Fardos	7,8%	17,6%	12,7%	18,6%	18,6%	15,7%	8,8%			100,0%
Frescos		4,7%	16,3%	11,6%	9,3%	25,6%	32,6%			100,0%
Matadouros		9,5%			9,5%				81,0%	100,0%
Material de Construção	2,1%	5,7%	19,3%	31,4%	17,9%	12,1%	6,4%	4,3%	0,7%	100,0%
Moagens	57,1%			28,0%	14,3%					100,0%
Zungu/Robotoiros	8,0%	4,0%	16,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%			100,0%

Tabela 103 - Fonte credora almejada por área

TC. 103

Tabela 103 - Fonte credora almejada por área						
Área	Banco	Dinheiro de júri	Kixiquila	Pessoal	Outros	Total
Campo	43,5%		8,7%	45,7%	2,2%	100,0%
Comércio	75,0%			25,0%		100,0%
Comes e Bebés	87,5%			12,5%		100,0%
Cosméticos	74,0%		14%	21,9%	2,7%	100,0%
Diversos	66,0%	0,7%	6,9%	24,3%	2,1%	100,0%
Fardos	61,0%		8,1%	27,9%	2,3%	100,0%
Frescos	81,8%		6,1%	9,1%	3,0%	100,0%
Material de Construção	52,1%	0,6%	37,0%	10,1%		100,0%
Moagens				100,0%		100,0%
Zungu/Robotoiros	50,0%	12,5%		37,5%		100,0%

Tabela 104 - Finalidade do crédito almejado por área

TC. 104

Tabela 104 - Finalidade do crédito almejado por área							
Área	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negocio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dividas	Outros
Campo		81,6%		6,1%	2,0%		10,2%
Comércio		100,0%					
Comes e Bebés		88,9%		11,1%			
Cosméticos		83,5%	3,8%	1,3%	5,1%	1,3%	5,7%
Diversos	2,5%	71,4%	3,1%	6,2%	3,1%		13,7%
Fardos	5,9%	65,6%	2,9%	14,7%	2,0%	1,0%	2,9%
Frescos		91,4%	2,9%				5,7%
Material de Construção	0,6%	75,8%	1,3%	3,8%	15,3%		3,2%
Moagens	100,0%						
Zungu/Robotoiros		100,0%					



#### 14.4.6 CONCESSÃO DE CRÉDITO

- Os comerciantes que mais concedem crédito aos consumidores (kilapi) exercem a sua actividade nos seguintes mercados: Kikolo 2 (16,3%), Congolenses (12,6%) e Kikolo 1 (10,4%). No Mercado do 30 e no Catinton, os comerciantes raramente concedem crédito aos consumidores;
- O pagamento por kilapi é aceite em apenas 6 áreas, nomeadamente: Cosméticos (17,1%), Diversos (16,2%), Material de Construção (13,1%), Campo (2,2%), Fardos (3,2%) e Frescos (1,6%).

#### 14.5 CRÉDITO POR GRUPO ETÁRIO

À excepção do grupo de comerciantes com idade igual ou superior a 65 anos, a maioria obteve crédito mais de 10 vezes<sup>7</sup>, sendo esta proporção mais elevada nos seguintes grupos etários: 60-64 (45,5%), 50-54 (44,2%), 15-19 (44%), 35-39 (41,3%) e 20-24 (39,4%).

Tabela 105 - Obtenção de crédito por grupo etário

TC.105

Tabela 105 - Obtenção de crédito por grupo etário						
Grupo etário	Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?					Total
	1 vez	2 vezes	3 a 5 vezes	Mais de 5 vezes	Mais de 10 vezes	
15-19		28%	12%	16%	44%	100%
20-24	12,1%	19,7%	16,7%	12,1%	39,4%	100%
25-29	5,9%	13,7%	17,6%	26,5%	36,3%	100%
30-34	10,5%	10,5%	26,7%	15,2%	37,1%	100%
35-39	7,5%	18,8%	17,5%	15%	41,3%	100%
40-44	17,3%	12,2%	15,3%	17,3%	37,8%	100%
45-49	15,6%	18,2%	10,4%	18,2%	37,7%	100%
50-54	13,5%	17,3%	13,5%	11,5%	44,2%	100%
55-59	12,9%	25,8%	9,7%	22,6%	29%	100%
60-64	36,4%			18,2%	45,5%	100%
≥65		20%	60%		20%	100%

<sup>7</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



### 14.5.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

- Todos os comerciantes obtiveram montantes iguais ou inferiores a Kz 10.000;
- Os comerciantes que obtiveram quantias superiores a Kz 10.000.000 pertencem aos seguintes grupos etários: 30-34 (2,9%), 35-39 (1,3%), 40-44 (3,1%), 45-49 (3,9%) e 60-64 (18,2%);
- O grupo com idade igual ou superior a 65 anos regista o montante máximo obtido mais baixo, entre Kz 50.000 e Kz 100.000;
- Os comerciantes que mais obtiveram crédito igual ou inferior a Kz 10.000 pertencem aos seguintes grupos etários: 20-24 (59,4%), 15-19 (58,3%), 60-64 (45,5%) e 25-29 (43,9%).

Tabela 106 - Montante de crédito obtido por grupo etário

TC. 106

Tabela 106 - Montante de crédito obtido por grupo etário										
Grupo etário	≥ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Outros
15-19	58,3%	25%	4,2%			4,2%	4,2%	4,2%		100%
20-24	59,4%	3,3%	3,1%	3,1%	1,0%	1,0%				100%
25-29	43,9%	22,4%	16,5%	11,2%	4,1%	1%				100%
30-34	3,6%	26,7%	13,5%	7,6%	5,7%	3,8%	1%		2,9%	100%
35-39	29,5%	25,0%	15,4%	14,1%	7,7%	5,1%		1,3%	1,3%	100%
40-44	25,8%	26,8%	10,3%	14,4%	12,4%	2,1%	4,1%	1%	3,1%	100%
45-49	22,4%	21,1%	9,2%	25%	6,6%	5,3%	5,3%	1,3%	3,9%	100%
50-54	40,4%	17,5%	15,4%	13,5%	7,7%	5,8%				100%
55-59	34,5%	24,1%	10,3%	13,8%	6,9%	3,4%	6,9%			100%
60-64	45,5%	18,2%		18,2%					18,2%	100%
≥65	80%		20%							100%

### 14.5.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

A principal finalidade do crédito obtido, transversal a todos os grupos etários, é o investimento no negócio próprio. Para além dessa finalidade, os comerciantes dos 20 aos 44 anos e dos 55 aos 59 anos contraíram crédito para pagar despesas de saúde, e os comerciantes dos outros grupos etários solicitaram crédito para pagar despesas familiares, excepto no intervalo dos 15-19 anos, em que mais comerciantes obtiveram crédito para custear a formação.



Tabela 107 - Finalidade do crédito obtido por grupo etário

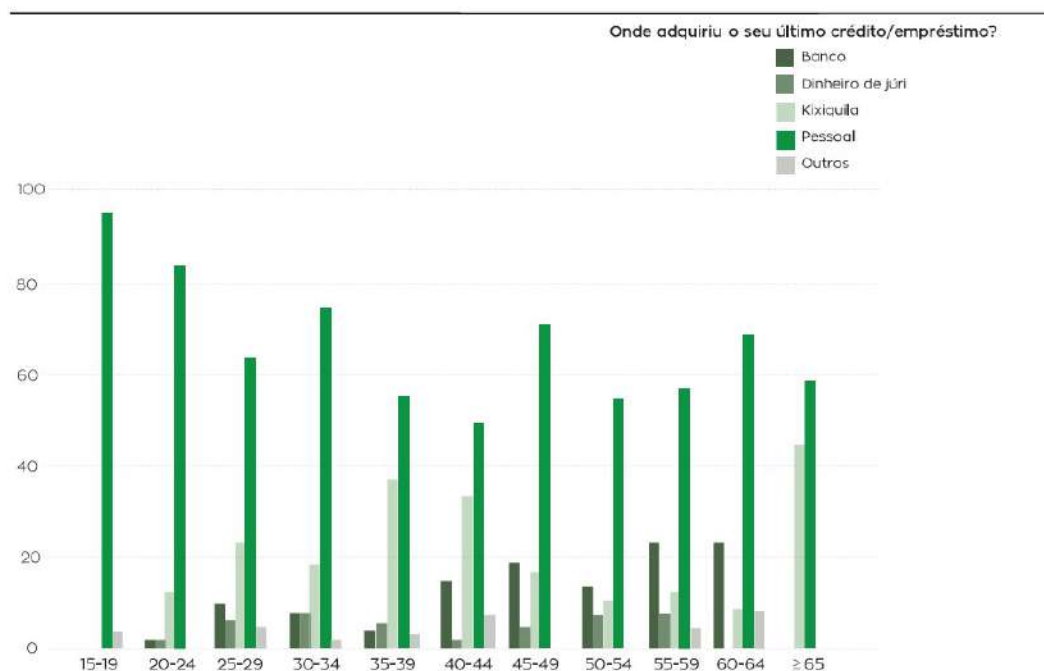
TC. 107

Tabela 107 - Finalidade do crédito obtido por grupo etário								
Grupo etário	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
15-19	3,0%	3,8%	40,2%	19,2%	11,5%	3,8%	3,6%	7,7%
20-24	7,9%	7,9%	40,8%	5,3%	17,1%	7,0%	2,6%	10,5%
25-29	5%	3,3%	35,8%	4,2%	12,5%	9,2%	4,2%	5,8%
30-34	5,5%	3,2%	5,4%	2,4%	11,9%	11,9%	1,6%	9,5%
35-39	5%		5,6%	4%	18%	9%	1%	5%
40-44	2,5%	0,9%	63,5%	5,2%	12,2%	9,6%	2,6%	3,5%
45-49	5,9%		61,2%	3,4%	9,4%	12,0%	1,2%	7,1%
50-54	10,5%		57,9%	5,3%	1,8%	12,5%	1,6%	10,5%
55-59	3,7%		57,1%	5,7%	11,4%	8,6%	2,9%	8,0%
60-64	15,4%		69,2%			15,4%		
≥65			90%					50%

### 14.5.3 FONTE CREDORA

- Em todos os grupos etários, a fonte credora é predominantemente pessoal, seguida da kixiquila, à exceção do intervalo dos 45 aos 64 anos, em que o banco é o segundo maior credor;
- Os comerciantes dos 15 aos 19 anos ou com idade igual ou superior a 65 anos (o grupo que mais recorre à kixiquila) não contraíram créditos bancários;
- Os comerciantes entre os 55-59 anos (25%) foram os que mais contraíram crédito bancário.

Gráfico 61 - Fonte credora por grupo etário





#### 14.5.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- Em todos os grupos etários, é superior a proporção de inquiridos que, não tendo obtido crédito, não pretende fazê-lo, sobretudo nos seguintes:  $\geq 65$  (100%), 45-49 (77,5%), 60-64 (73,7%) e 55-59 (73,6%);
- Os comerciantes mais propensos a contrair crédito pertencem aos seguintes grupos etários: 15-19 (37,5%), 25-29 (36,5%) e 35-39 (34,9%);
- Em todos os grupos etários, excepto o dos 60-64 e 15-19, os comerciantes que já obtiveram crédito gostariam de obter outro crédito.

#### 14.5.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os montantes mais transversais aos grupos etários são: < Kz 10.000, entre Kz 10.000 e Kz 50.000, entre Kz 50.000 e Kz 100.000 e > Kz 10.000.000;
- Quantias iguais ou inferiores a Kz 10.000 são mais almejadas por inquiridos entre os 15 e 24 anos ou com idade igual ou superior a 65 anos. A maioria dos comerciantes entre os 25-44, 50-54 e 60-64 anos gostaria de obter um crédito entre Kz 100.000 e Kz 250.000;
- O grupo com idade igual ou superior a 65 anos regista o montante máximo almejado mais baixo, entre Kz 10.000 e Kz 50.000;
- Os comerciantes que mais gostariam de aceder a valores iguais ou superiores a Kz 10.000.000 pertencem aos seguintes grupos etários: 15-19 (22,7%), 45-49 (13,5%), 60-64 (12,5%) e 50-54 (11,5%);
- Os comerciantes em todos os grupos etários, à excepção dos 15-24, gostariam de aceder maioritariamente ao crédito através de uma instituição bancária, sobretudo para investir nos seus negócios. Entre estes, destacam-se: 55-59 (87,5%), 45-49 (75%), 50-54 (75%) e 35-39 (68,9%).

Tabela 108 - Montante de crédito almejado por grupo etário

TC. 108

Tabela 108 - Montante de crédito almejado por grupo etário										
Grupo etário	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Total
15-19	22,7%	31,8%	22,7%						22,7%	100%
20-24	16,4%	27,9%	16,4%	13,7%	9,8%	4,9%	4,9%		6,6%	100%
25-29	8,6%	11,5%	15,9%	21,2%	19,5%	9,7%	6%	2,7%	2,7%	100%
30-34	5,4%	11,9%	11%	22%	15,6%	15,6%	10,1%	2,8%	4,6%	100%
35-39	4,1%	7,3%	12,6%	20,8%	13,8%	22%	13,8%	1,6%	4,7%	100%
40-44	4,9%	8,6%	13,7%	19,6%	11,8%	11,8%	13,7%	6,9%	8,6%	100%
45-49	4,1%	5,4%	10,8%	13,5%	17,6%	16,2%	16,2%	2,7%	13,5%	100%
50-54	4,9%	4,9%	11,5%	21,3%	16,4%	14,8%	9,8%	4,9%	11,5%	100%
55-59		3,6%	10,7%	7,1%	7,1%	17,9%	39,3%	10,7%	3,6%	100%
60-64	12,5%		12,5%	25%	12,5%			12,5%	12,5%	100%
≥65	33,3%	66,7%								100%



Gráfico 62 - Fonte credora almejada por grupo etário

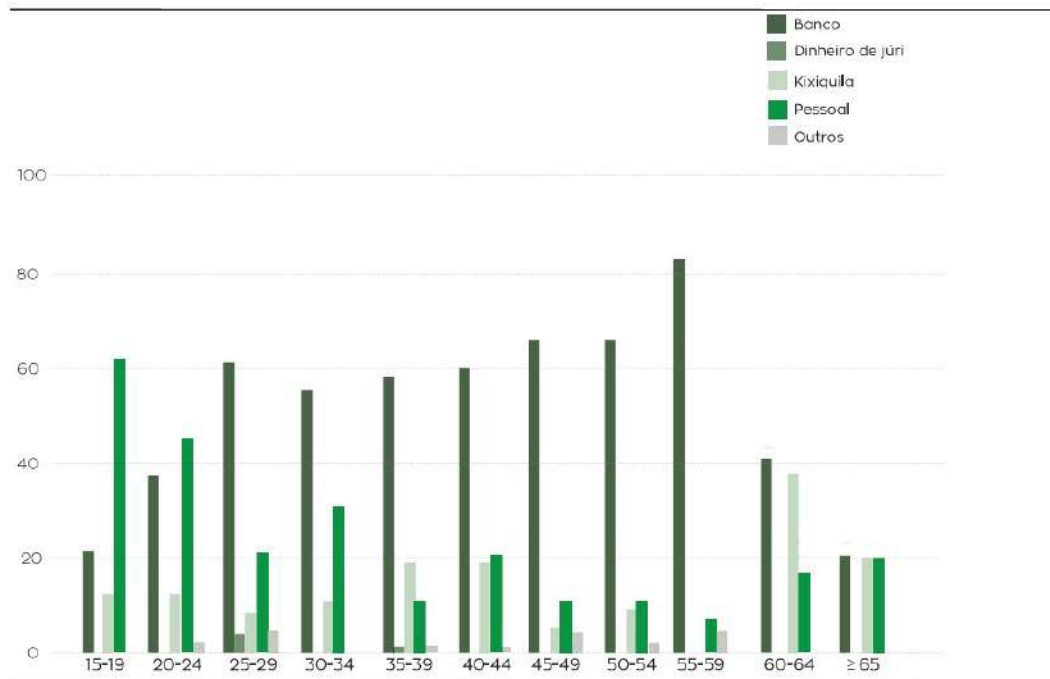


Tabela 109 - Finalidade do crédito almejado por grupo etário

TC. 109

Grupo etário	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
15-19	11,6%	64,7%	5,9%	5,9%	5,9%		5,9%
20-24	5,7%	62,3%	7,5%	9,4%	3,8%		11,3%
25-29	3%	75,6%	2%	9,1%	4%		6,1%
30-34	3,3%	74,4%	1,1%	8,9%	7,8%		4,4%
35-39		72,2%	3,7%	2,8%	8,3%	1,9%	11,1%
40-44	1,2%	78,6%	1,2%	6%	6%		7,1%
45-49		81,5%		4,6%	7,7%		6,2%
50-54	1,9%	84,9%	1,9%	1,9%	5,7%		3,8%
55-59		100%					
60-64		100%					
≥65		50%		25%			25%

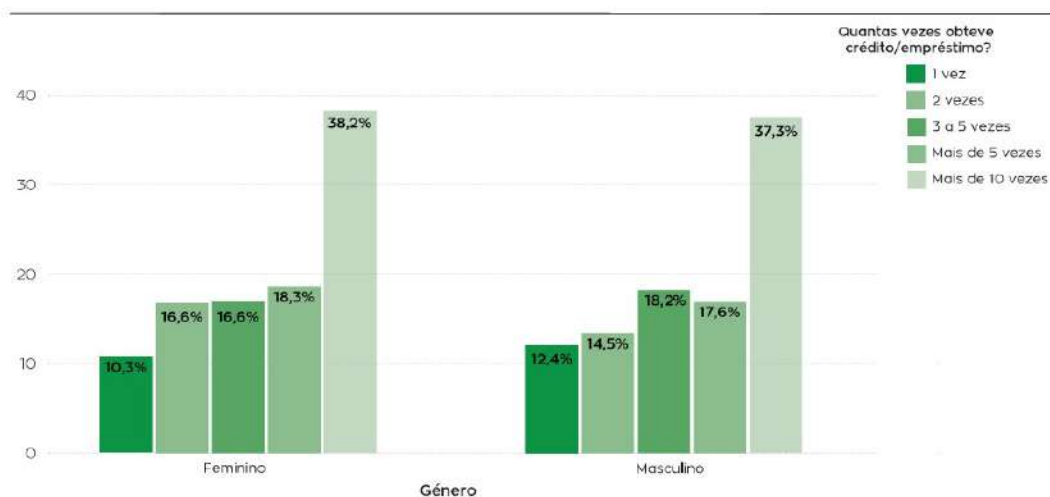
#### 14.6 CRÉDITO POR GÉNERO

A proporção de mulheres que obteve crédito mais de 5 a 10 vezes é superior à dos homens<sup>8</sup>, por conseguinte, as mulheres obtiveram crédito com mais frequência do que os homens.

<sup>8</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Gráfico 63 - Obtenção de crédito por género



#### 14.6.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

Os homens obtiveram montantes de crédito mais altos do que as mulheres, no entanto, os dois grupos convergem quanto às quantias mais obtidas: < Kz 10.000 e entre Kz 10.000 e Kz 50.000.

Tabela 110 - Montante de crédito obtido por género

TC. 110

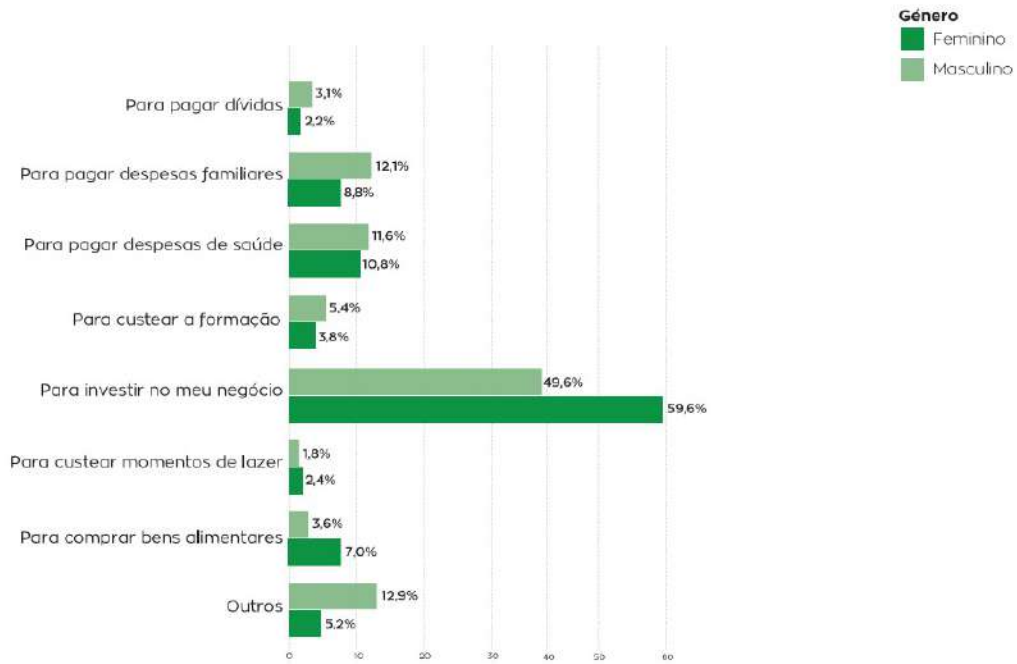
Género	< Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Total
Feminino	38,9%	23,7%	13,1%	11,7%	6,3%	3%	21%	0,5%	0,7%	100%
Masculino	35,8%	24,2%	8,9%	14,7%	4,7%	4,2%	1,5%	1%	3,7%	100%

#### 14.6.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

- 49,6% dos homens e 59,6% das mulheres contraíram o último crédito para investir no seu negócio. Os outros motivos mais indicados pelas mulheres e pelos homens são o pagamento de despesas de saúde (10,8%) e de despesas familiares (8,8%).
- As mulheres (7%) contraíram mais crédito para comprar bens alimentares do que os homens (3,6%), mas estes (5,4%) custearam mais a formação com o crédito obtido do que as mulheres (3,8%). Ainda, os homens obtiveram mais crédito pagar dívidas (3,1%) do que as mulheres (2,2%).



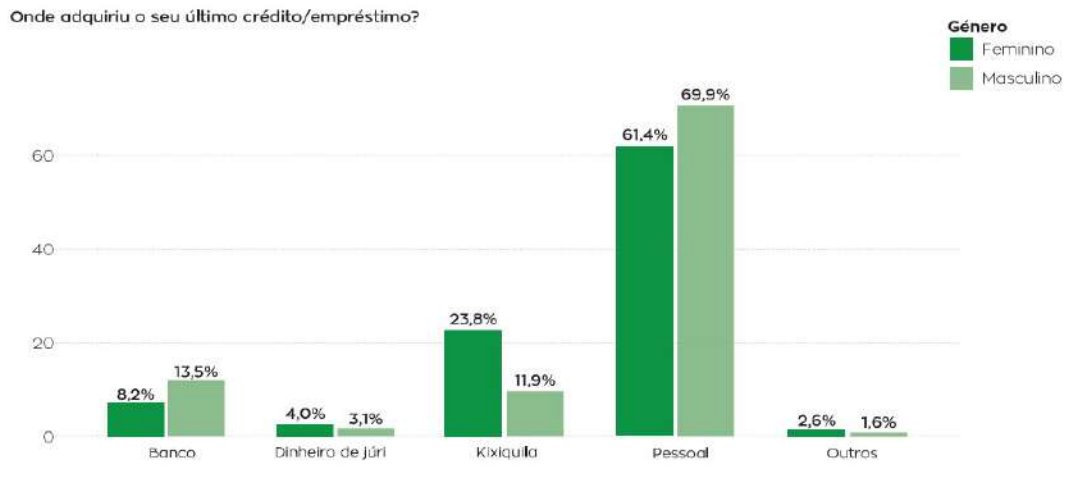
Gráfico 64 - Finalidade do crédito obtido por género



### 14.6.3 FONTE CREDORA

Homens (69,9%) e mulheres (61,4%) obtiveram maioritariamente créditos pessoais. Contudo, os homens (13,5%) contraíram mais créditos bancários do que as mulheres (8,2%), e estas (23,8%) recorreram mais à kixiquila do que os homens (11,9%).

Gráfico 65 - Fonte credora por género





#### 14.6.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- A maioria dos homens (64,4%) e mulheres (72,8%) que afirma que nunca obteve crédito não pretende fazê-lo, embora mais homens do que mulheres estejam dispostos a obter crédito;
- 57,4% dos homens e 49,9% das mulheres gostariam de obter outro crédito

Gráfico 66 - Interesse em obter crédito por género

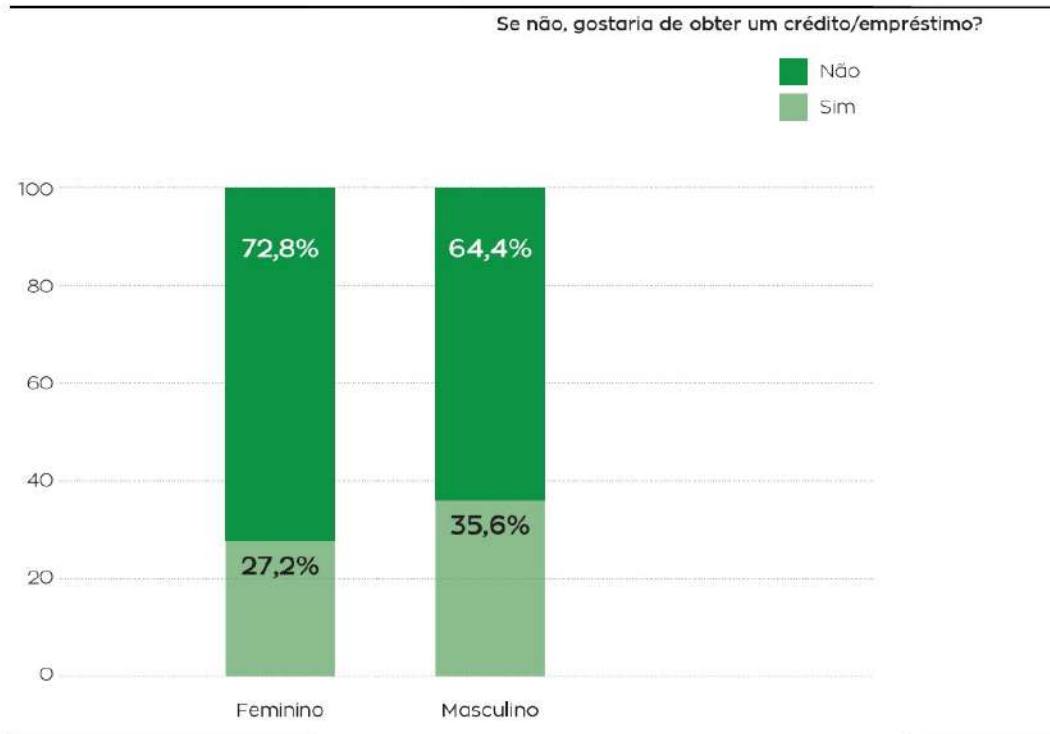
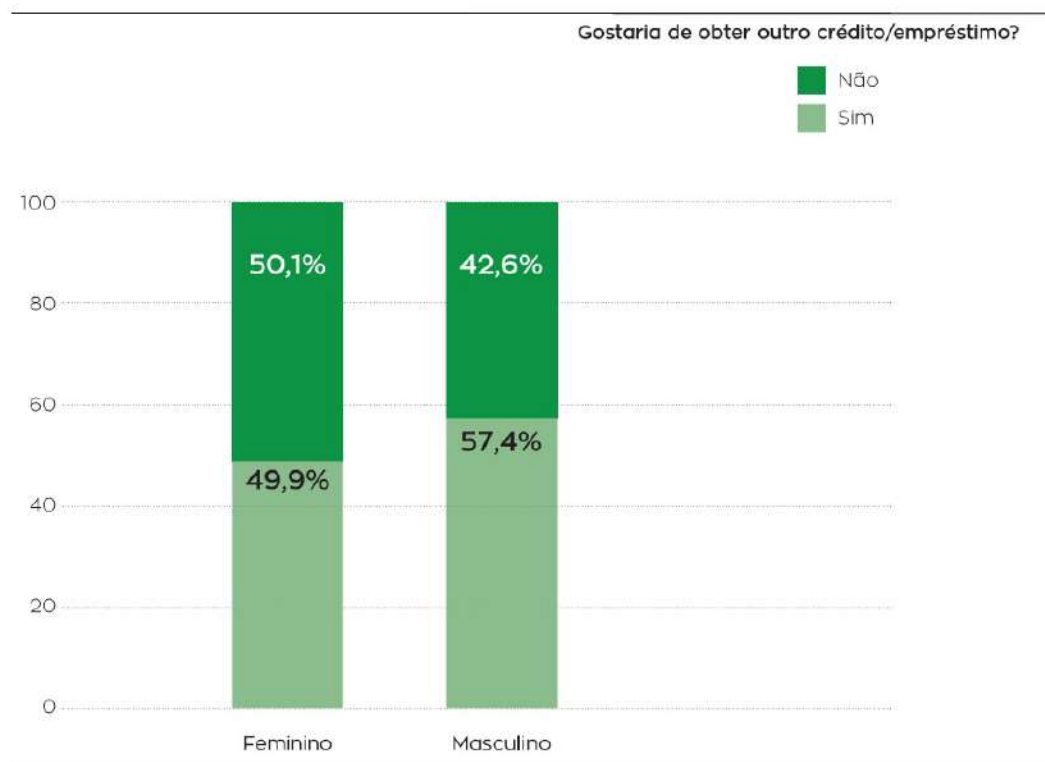


Gráfico 67 - Interesse em obter outro crédito por género



#### 14.6.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os homens almejam montantes mais altos do que as mulheres;
- Os montantes mais almejados pelas mulheres são: entre Kz 100.000 e Kz 250.000 (20,3%), Kz 50.000 e Kz 100.000 (16,3%) e Kz 250.000 e Kz 500.000;
- Os montantes mais almejados pelos homens são: entre Kz 500.000 e Kz 1.000.000 (17,3%), Kz 100.000 e Kz 250.000 (16,2%) e Kz 1.000.000 e Kz 5.000.000 (13,1%);
- Mais homens (75%) do que mulheres (55%) gostariam de contrair créditos bancários;
- Mais mulheres (26,1%) do que homens (14,9%) prefeririam contrair créditos pessoais ou pela kixiquila;
- Para os dois géneros, o principal motivo para uma potencial solicitação de crédito é o investimento no próprio negócio, seguido do pagamento de despesas familiares.

Tabela 111 - Montante de crédito almejado por género

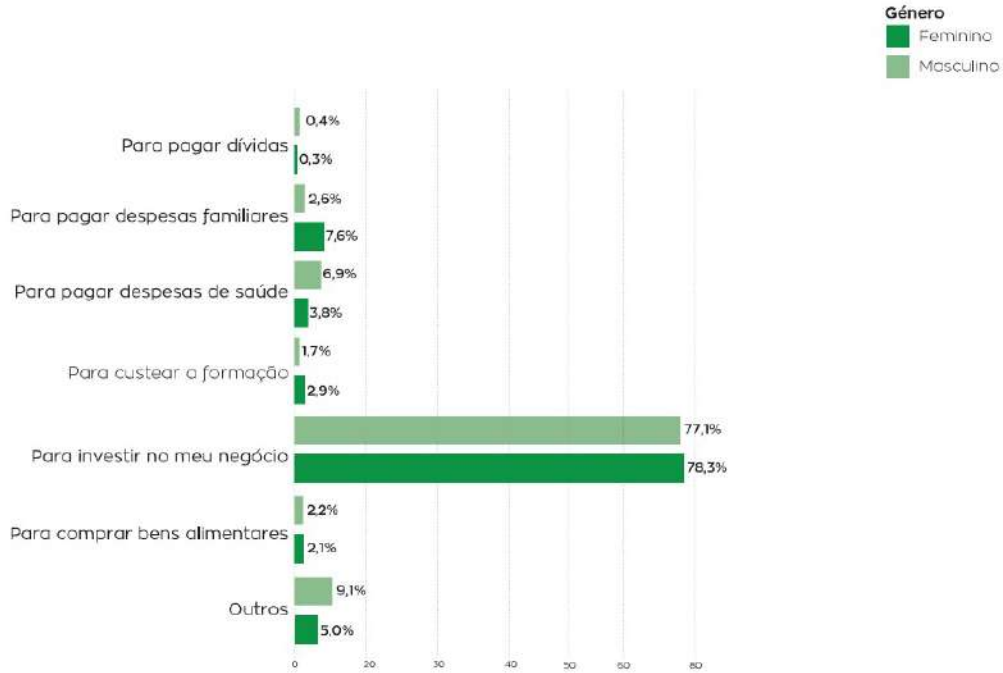
TC.111

Género	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 e ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 e ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 e ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 e ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 e ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 e ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 e ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Total
Feminino	8,3%	10,8%	10,7%	20,3%	15,6%	11,6%	11,3%	1,9%	4,0%	100%
Masculino	4,0%	9,0%	8,8%	10,2%	13,1%	17,2%	13,1%	5,4%	11,8%	100%



Gráfico 68 - Finalidade do crédito almejado por género

Se gostaria de obter um crédito, indique o motivo.



## 14.7 CRÉDITO POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- A maioria dos comerciantes, em todos os graus de escolaridade, obteve crédito/empréstimo mais de 10 vezes<sup>9</sup>, à excepção dos seguintes: o grupo que concluiu o ensino superior, em que 43,8% afirma que contraiu crédito apenas 1 vez, e o grupo que concluiu o ensino secundário do 2.º ciclo - classes 10-12, em que 45,5% obteve crédito 3 a 5 vezes;
- Aqueles que concluíram o ensino primário (28,1%), o ensino técnico profissional (18,2%) ou que não têm nenhuma escolarização (30%) obtiveram crédito com menos frequência do que os outros grupos.

<sup>9</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.



Tabela 112 - Obtenção de crédito por grau de escolaridade

TC. 112

Tabela 112 - Obtenção de crédito por grau de escolaridade						
Grau de escolaridade	Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?					Total
	1 vez	2 vezes	3 a 5 vezes	Mais de 5 vezes	Mais de 10 vezes	
Nenhuma escolarização	10%	12,5%	20%	27,5%	30%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	8%	20,5%	8,9%	17,9%	44,6%	100%
Ensino primário concluído	12,5%	21,9%	21,9%	15,6%	28,1%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	13,4%	15,5%	21,1%	9,9%	40,1%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	7,1%	14,3%	11,9%	28,6%	38,1%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	11,2%	14%	12,1%	19,6%	43%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	10,1%	11,8%	19,3%	22,7%	36,1%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	11,1%	22,2%	11,1%		55,6%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	9,1%	9,1%	45,5%	18,2%	18,2%	100%
Frequência da Universidade ou Instituto Superior		20%	25%	5%	50%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	43,8%	25%	12,5%	18,9%		100%

### 14.7.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

- Os montantes de crédito obtido transversais a todos os graus de escolaridade são: entre Kz 10.000 e Kz 50.000, Kz 100.000 e Kz 250.000 e Kz 250.000 e Kz 500.000;
- Não foram registados empréstimos iguais ou inferiores a Kz 10.000 entre os comerciantes que frequentaram escolas técnicas ou profissionais;
- Os comerciantes que concluíram o ensino técnico ou profissional e frequentaram ou concluíram o ensino superior são os que menos obtiveram créditos iguais ou inferiores a Kz 10.000;
- Os comerciantes que frequentaram escolas técnicas ou profissionais (14,3%) ou que concluíram o ensino superior (6,3%) foram os que mais obtiveram empréstimos superiores a Kz 10.000.000.

Tabela 113 - Montante de crédito obtido por grau de escolaridade

TC. 113

Tabela 113 - Montante de crédito obtido por grau de escolaridade										
Grau de escolaridade	≤ Kz 10000	≤ Kz 50000		≤ Kz 100000		≤ Kz 250000		≤ Kz 500000		Outros
		> Kz 10000	> Kz 50000	> Kz 100000	> Kz 250000	> Kz 500000	> Kz 1000000	> Kz 5000000		
Nenhuma escolarização	52,5%	25%	10%	5%	5%	2,5%				100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	39,1%	30%	8,2%	12,7%	5,5%	0,9%			2,7%	100%
Ensino primário concluído	34,4%	3,1%	28,1%	18,8%	6,3%	0,9%			3,1%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	42,6%	23,3%	9,2%	9,2%	8,5%	2,1%	1,4%	0,7%	0,7%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	35,7%	23,6%	21,4%	7,1%	7,1%	4,0%				100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	34%	26,2%	12,6%	15,5%	0,9%	1%	4,9%		0,9%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	37,1%	23,3%	32,1%	11,2%	5,2%	6%	2,6%	0,9%	1,7%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais		28,0%	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%			14,3%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	30%	50%	10%	30%	10%					100%
Frequência da Universidade ou Instituto Superior	20%	30%	10%	20%	5%	10%			5%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	25%	18,8%		12,5%	18,8%	12,5%		0,3%	0,3%	100%



## 14.7.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

Em todos os grupos, o investimento no próprio negócio é o principal motivo para a obtenção de crédito.

Tabela 114 - Finalidade do crédito obtido por grau de escolaridade

TC. 114

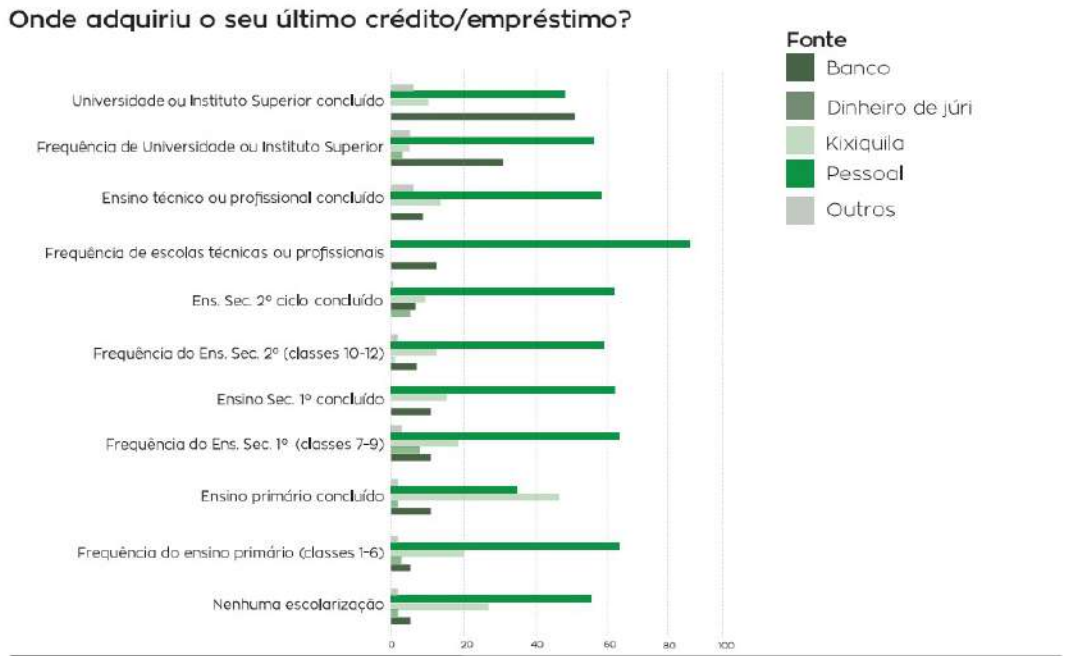
Tabela 114 - Finalidade do crédito obtido por grau de escolaridade								
Grau de escolaridade	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no mau negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Nenhuma escolarização	9,5%		99%	4,8%		7,1%	7,7%	2,4%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	6,9%	0,8%	64,1%	2,3%	1,3%	8,4%	0,8%	3,8%
Ensino primário concluído	2,5%		52,5%	12,5%	7,5%	17,5%	2,5%	5%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	7,0%	3,5%	25,4%	5,1%	13,4%	4,5%	4,3%	0,4%
Ensino secundário 2º ciclo concluído	1,3%	1,3%	57,7%	1,3%	19,2%	7,7%		9,9%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	4,0%	1,0%	49,2%	4%	11,3%	17,7%	1,0%	9,7%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	5,7%	2,7%	52,7%	4,7%	12,6%	12,6%	2%	9,1%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	11%		44,4%		22,2%			22,2%
Ensino técnico ou profissional concluído		0,3%	50,3%		8,7%			25%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	4,2%		50%	12,5%	12,5%	4,2%		15,7%
Universidade ou Instituto Superior concluído		5,9%	70,6%			5,9%		17,6%

## 14.7.3 FONTE CREDORA

- Independentemente do grau de escolaridade dos comerciantes, a fonte de crédito é maioritariamente pessoal. Contudo, aqueles que frequentaram (20%) ou concluíram (43,8%) o ensino superior e que frequentaram escolas técnicas ou profissionais (12,5%) contraíram mais crédito bancário do que qualquer outro grupo;
- Os comerciantes que não têm nenhuma escolaridade (7,3%) ou que apenas frequentaram o ensino primário - classes 1-6 (5%) são os que menos contraíram crédito bancário;
- Por outro lado, aqueles que não têm nenhuma escolarização ou que apenas frequentaram (24%) ou concluíram o ensino primário (48,6%) são os que mais obtiveram crédito pela kixiquila.



Gráfico 69 - Fonte credora por grau de escolaridade



#### 14.7.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- Em todos os grupos, mais de metade dos comerciantes não tem interesse em obter crédito;
- Os comerciantes que concluíram o ensino técnico profissional (44,4%) são mais propensos a contrair crédito;
- Os comerciantes sem escolaridade (78,6%) são os que menos tencionam obter crédito;
- A maioria dos comerciantes gostaria de contrair crédito novamente, excepto: os que não têm escolaridade, os que frequentaram o ensino primário - classes 1-6, os que concluíram o ensino secundário do 1.º ciclo ou frequentaram escolas técnicas ou profissionais.



Gráfico 70 - Interesse em obter crédito por grau de escolaridade

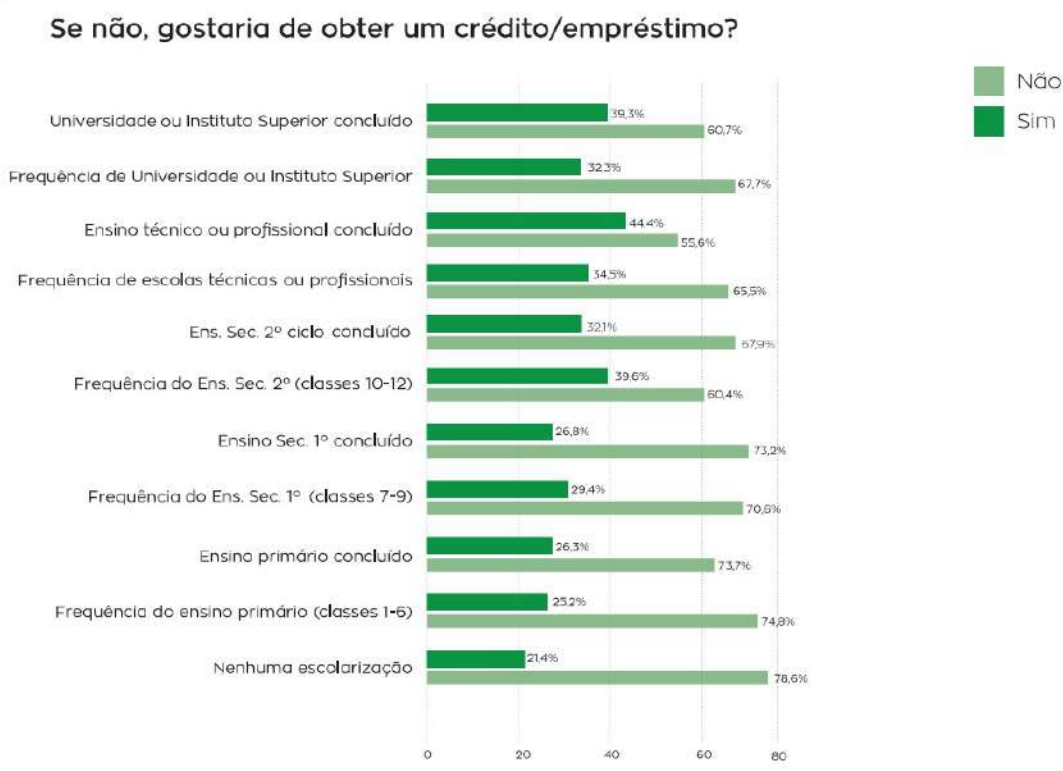


Tabela 115 - Interesse em obter outro crédito por grau de escolaridade

TC. 115

Tabela 115 - Interesse em obter outro crédito por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Gostaria de obter outro crédito/empréstimo?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	64,5%	35,5%	100,0%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	54,0%	46,0%	100,0%
Ensino primário concluído	25,9%	74,1%	100,0%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	46,6%	53,4%	100,0%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	50,0%	50,0%	100,0%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	47,1%	52,9%	100,0%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	43,9%	56,1%	100,0%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	66,7%	33,3%	100,0%
Ensino técnico ou profissional concluído	30,0%	70,0%	100,0%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	28,6%	71,4%	100,0%
Universidade ou Instituto Superior concluído	42,9%	57,1%	100,0%



### 14.7.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os montantes de crédito almejado transversais a todos os grupos são: entre Kz 250.000 e Kz 5.000.000, e valores iguais ou superiores a Kz 10.000.000;
- Em todos os grupos, a maioria dos comerciantes gostaria de aceder ao crédito por via bancária, destacando-se os que concluíram o ensino superior (100%), o ensino técnico ou profissional (72,7%) ou o ensino secundário do 2.º ciclo (67,9%);
- Os comerciantes que não têm nenhuma escolaridade (44,4%) ou que apenas concluíram o ensino primário (50%) são menos propensos a contrair crédito por via bancária;
- Os comerciantes que têm interesse em obter crédito investiriam no seu próprio negócio e pagariam despesas de saúde ou familiares;
- Os comerciantes que frequentam a universidade ou instituto superior são os que mais solicitariam um crédito para custear a formação.

Tabela 116 - Montante de crédito almejado por grau de escolaridade

TC. 116

Tabela 116 - Montante de crédito almejado por grau de escolaridade										
Grau de escolaridade	≤ Kz 10.000	> Kz 10.000 ≤ Kz 50.000	> Kz 50.000 ≤ Kz 100.000	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000	> Kz 250.000 ≤ Kz 500.000	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000	> Kz 1.000.000 ≤ Kz 5.000.000	> Kz 5.000.000 ≤ Kz 10.000.000	> Kz 10.000.000	Outros
Nenhuma escolarização	13,6%	15,0%	11,4%	27,3%	11,4%	4,5%	11,4%		4,5%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-5)	4,9%	8,1%	23,6%	22,0%	12,2%	7,3%	12,2%	1,6%	7,3%	100%
Ensino primário concluído	2,3%	9,1%	9,1%	27,3%	29,0%	8,2%	2,3%		6,8%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	13,5%	13,5%	17,0%	15,5%	17,7%	10,4%	8,5%	3,8%	0,1%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	7,1%	7,1%	9,9%	25,2%	11,9%	9,9%	11,0%	14,3%	0,4%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	5,5%	12,7%	9,4%	14,2%	14,2%	10,7%	11,0%	3,1%	6,3%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	2,9%	9,2%	7,8%	19,9%	11,2%	19,6%	18,7%	5,2%	4%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	10%	10%			70%	20%	10%		20%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	13,3%		13,3%	13,3%	13,3%	13,3%			0%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior		15%	10%	10%	10%	15%	15%		15%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído		59%			5,9%	11,8%	17,6%		47,7%	100%

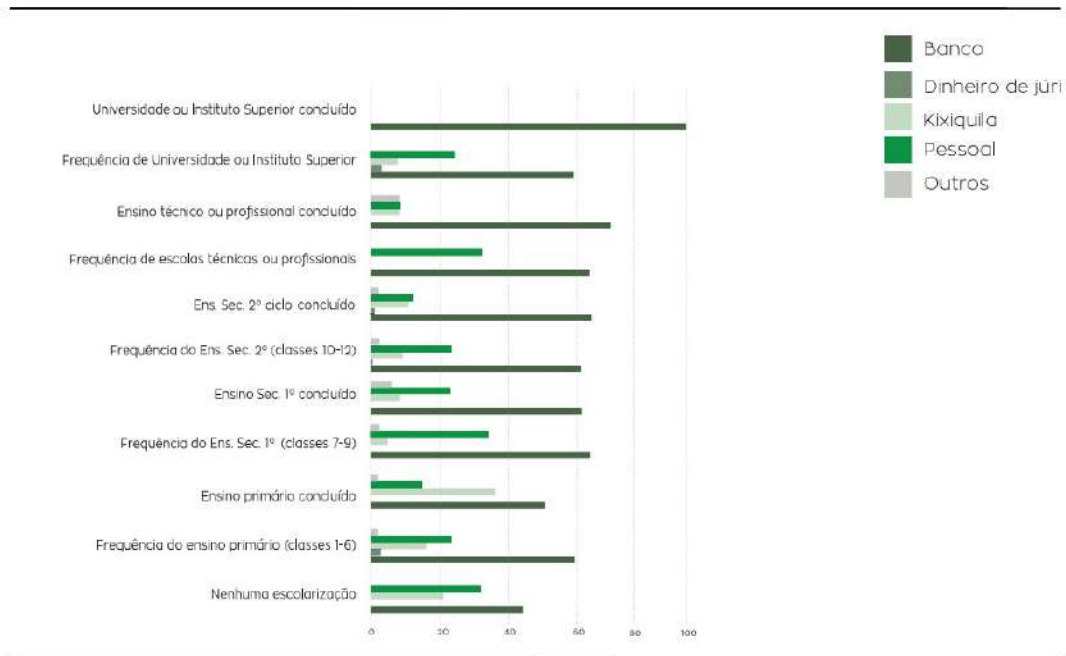
Tabela 117 - Finalidade do crédito almejado por grau de escolaridade

TC. 117

Tabela 117 - Finalidade do crédito almejado por grau de escolaridade							
Grau de escolaridade	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Nenhuma escolarização		80%	33%		10%		6,7%
Frequência do ensino primário (classes 1-5)		90%		1,3%	9%		3,8%
Ensino primário concluído		73,9%	22%	6,3%	13%		4,3%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	6,2%	75,3%	1,0%	7,2%	3,1%	1%	6,2%
Ensino secundário 1º ciclo concluído		87%	22%		6,5%		4,3%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	3,8%	69,8%		11,3%	5,7%	0,9%	8,5%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	0,6%	75,4%	4,0%	3,0%	0,2%		9,2%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais		57,1%		28,6%			14,3%
Ensino técnico ou profissional concluído		83,3%			8,3%		8,3%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	6,3%	53,1%	12,5%	12,5%	6,3%		9,4%
Universidade ou Instituto Superior concluído		63,8%					6,3%



Gráfico 71 - Fonte credora almejada por grau de escolaridade



# DÍVIDA

---







## 15. DÍVIDA

- 83% dos comerciantes afirmam que não estão endividados;
- As principais fontes de dívida são: pessoal (73%), kixiquila (16%) e o banco (4%).

Gráfico 72 - Dívida

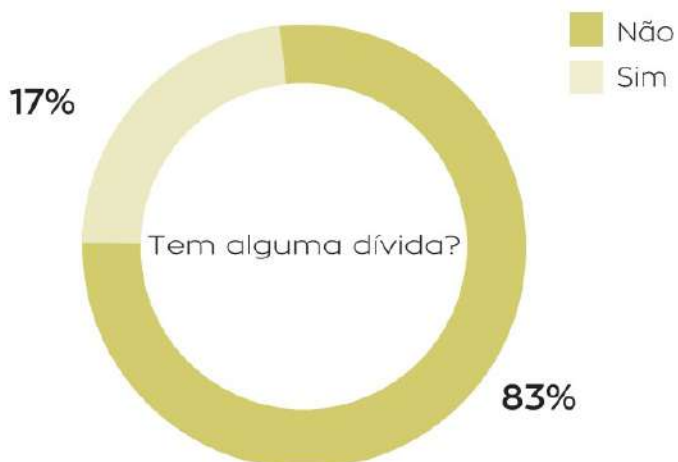
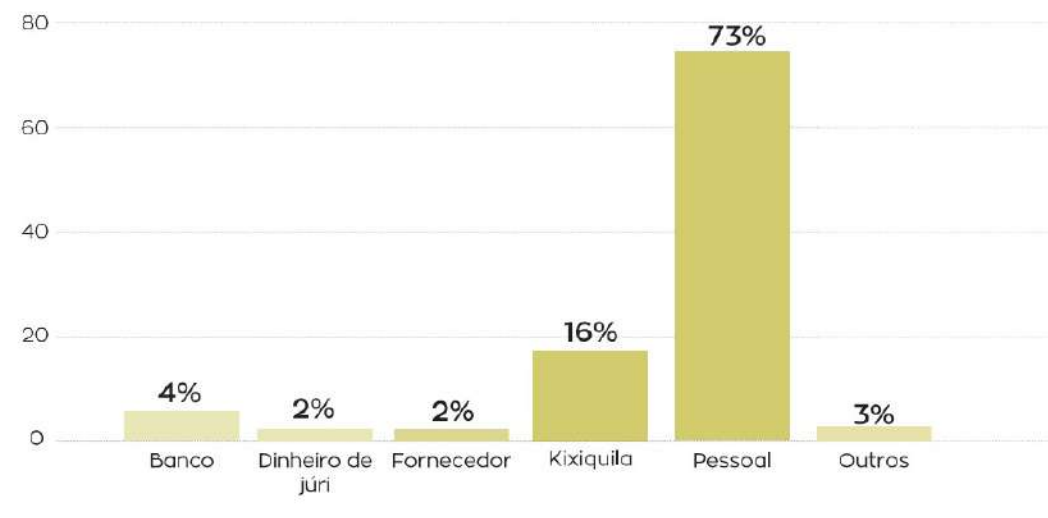


Gráfico 73 - Fonte de dívida

### Onde adquiriu a sua dívida?

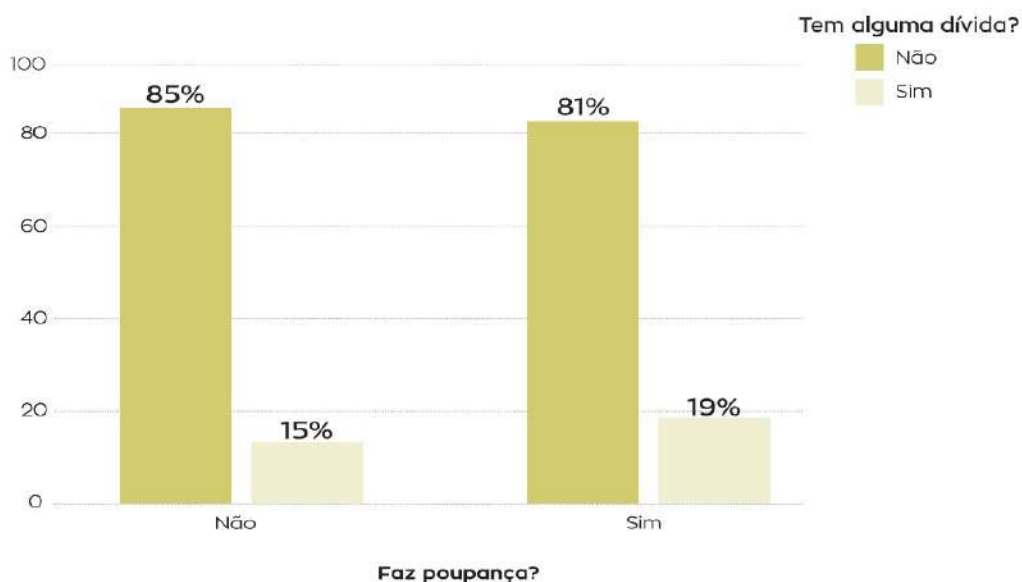




### 15.1 DÍVIDA POR POUPADORES E NÃO POUPADORES

81% dos comerciantes que poupam o seu dinheiro e 85% daqueles que não poupam afirmam que não têm dívidas.

Gráfico 74 - Dívida por poupadores e não poupadores



### 15.2 POUPANÇA POR DEVEDORES E NÃO DEVEDORES

- Os comerciantes que estão endividados (63%) poupam mais do que aqueles que não têm dívidas (56%);
- A poupança caseira é o método de poupança mais utilizado por devedores (46,1%) e não devedores (49,9%);
- Com o propósito de gerar poupança, os comerciantes que não têm dívidas (32,2%) fazem mais depósitos bancários que os devedores (28,5%), e estes recorrem mais à kixiquila.



Gráfico 75 - Poupança por devedores e não devedores

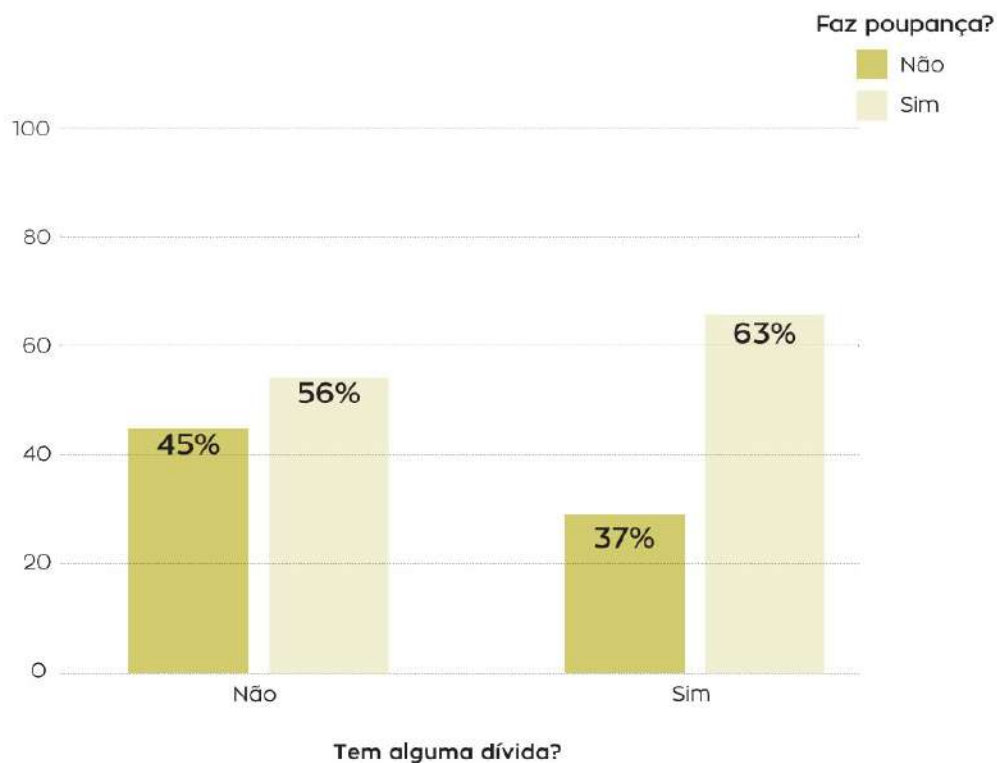


Tabela 118 - Método de poupança por devedores e não devedores

TC. 118

Tabela 118 - Método de poupança por devedores e não devedores				
Tem alguma dívida?	Como poupa o seu dinheiro?			
	Deposito no banco	Faço kixiquila	Guardo em casa	Outros
Não	32,3%	16,8%	49,9%	0,9%
Sim	28,5%	24%	46,1%	1,5%

### 15.3 DÍVIDA POR ÁREA

O grau de endividamento é baixo em todas as áreas, não ultrapassando os 35%. As áreas onde mais comerciantes estão endividados são: Animais Vivos (35%), Comércio (31%) e Comes e Bebes (30%). Inversamente, Moagens (5%), Zunga/Roboteiros (8%) e Frescos (12%) são as áreas onde há menos devedores.



Tabela 119 - Dívida por área

TC. 119

Tabela 119 - Dívida por área			
Área	Tem alguma dívida?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	65%	35%	100%
Campo	84%	16%	100%
Casas de Processo	85%	15%	100%
Comércio	69%	31%	100%
Comes e Bebés	70%	30%	100%
Cosméticos	83%	17%	100%
Diversos	86%	14%	100%
Fardos	80%	20%	100%
Frescos	88%	12%	100%
Matadouros	76%	24%	100%
Material de Construção	80%	20%	100%
Moagens	95%	5%	100%
Zunga/ Roboteiros	92%	8%	100%

#### 15.4 DÍVIDA POR GRUPO ETÁRIO

- Há mais devedores nos seguintes grupos etários: 55-59 (22%), 35-39 (19%), 45-49 (19%) e 25-29 (18%);
- Há menos devedores nos seguintes grupos etários: 60-64 (7%), 15-19 (15%), 30-34 (15%), 40-44 (15%) e ≥ 65 (15%).



Tabela 120 - Dívida por grupo etário

TC. 120

Tabela 120 - Dívida por grupo etário			
Grupo etário	Tem alguma dívida?		Total
	Não	Sim	
15-19	85%	15%	100%
20-24	83%	17%	100%
25-29	82%	18%	100%
30-34	85%	15%	100%
35-39	81%	19%	100%
40-44	85%	15%	100%
45-49	81%	19%	100%
50-54	83%	17%	100%
55-59	78%	22%	100%
60-64	93%	7%	100%
≥65	85%	15%	100%

### 15.5 DÍVIDA POR GÉNERO

Apesar do baixo grau de endividamento, as mulheres (19%) estão mais endividadas do que os homens (14%).

Tabela 121 - Dívida por género

TC. 121

Tabela 121 - Dívida por género			
Género	Tem alguma dívida?		Total
	Não	Sim	
Feminino	81%	19%	100%
Masculino	86%	14%	100%

### 15.6 DÍVIDA POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- O endividamento é mais elevado entre os comerciantes que concluíram o ensino técnico ou profissional (25%), que frequentaram o ensino secundário do 2.º ciclo - classes 10-12 (21%), que concluíram o ensino secundário do 1.º ciclo (21%) e que frequentaram o ensino primário - classes 1-6 (19%);
- O endividamento é mais baixo entre os comerciantes que não têm nenhuma escolarização (10%), que concluíram o ensino primário (12%), que frequentaram escolas técnicas ou profissionais (15%) e a universidade ou instituto superior (15%).



Tabela 122 - Dívida por grau de escolaridade

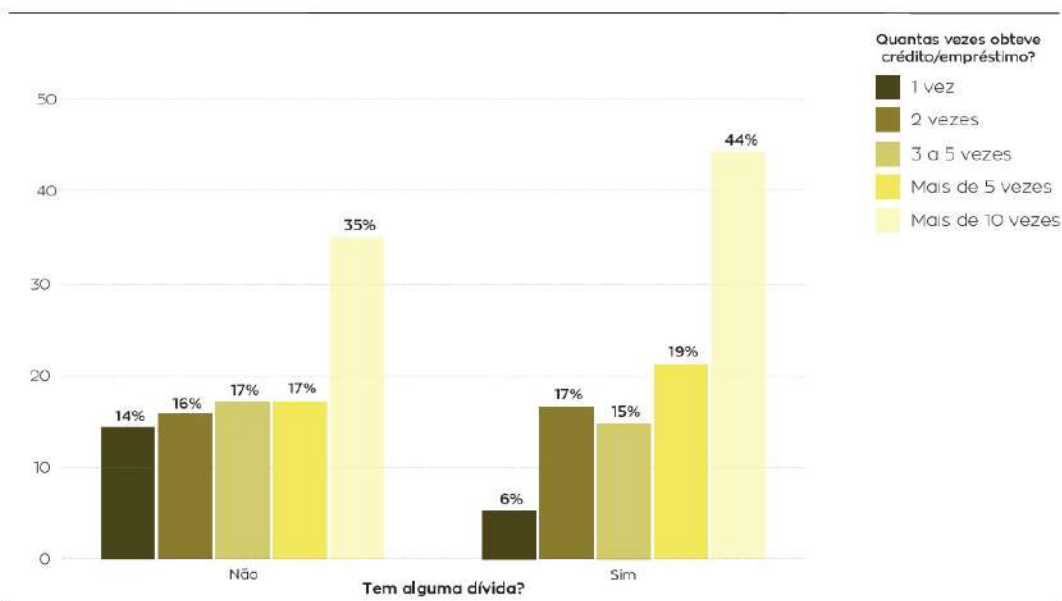
TC. 122

Tabela 122 - Dívida por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Tem alguma dívida?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	90%	10%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	81%	19%	100%
Ensino primário concluído	88%	12%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	84%	16%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	79%	21%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	79%	21%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	82%	18%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	85%	15%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	75%	25%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	85%	15%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	82%	18%	100%

### 15.7 CRÉDITO POR DEVEDORES E NÃO DEVEDORES

44% dos comerciantes devedores e 35% dos comerciantes não devedores obtiveram crédito mais de 10 vezes<sup>10</sup>.

Gráfico 76 - Obtenção de crédito por devedores e não devedores

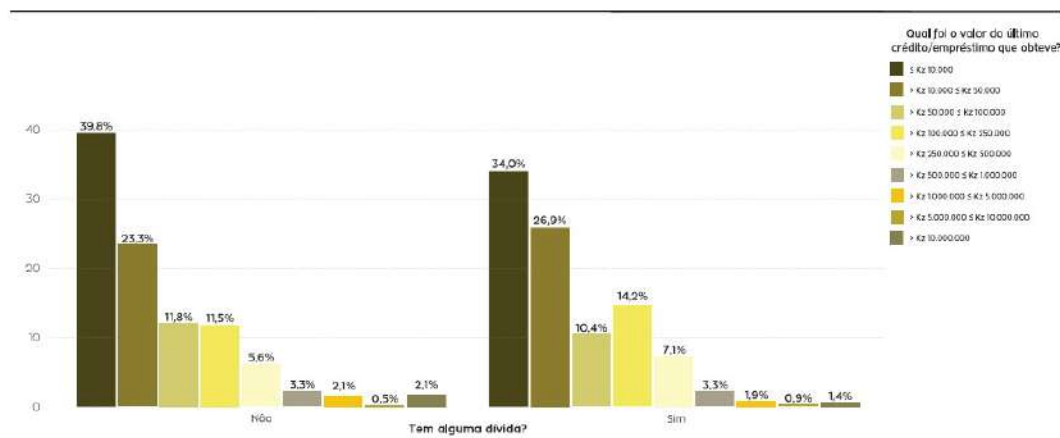


<sup>10</sup> Na generalidade, o crédito é pessoal ou contraído pela kixiquila, e o montante é igual ou inferior a Kz 10.000. Por outro lado, a maioria dos comerciantes exerce a sua actividade no mercado há mais de 10 anos.

### 15.7.1 VALOR DO ÚLTIMO CRÉDITO OBTIDO

Os comerciantes não devedores contraíram créditos mais altos que os devedores.

Gráfico 77 - Montante de crédito obtido por devedores e não devedores



### 15.7.2 FINALIDADE DO CRÉDITO OBTIDO

- Dentre os comerciantes devedores, 52,4% solicitaram crédito para investir no seu negócio; 14,7%, para pagar despesas de saúde; e 8,7%, para comprar bens alimentares;
- Dentre os comerciantes não devedores, 58,1% solicitaram crédito para investir no seu negócio; 11,1%, para pagar despesas familiares; e 10,5%, para pagar despesas de saúde.

Tabela 123 - Finalidade do crédito obtido por devedores e não devedores

TC. 123

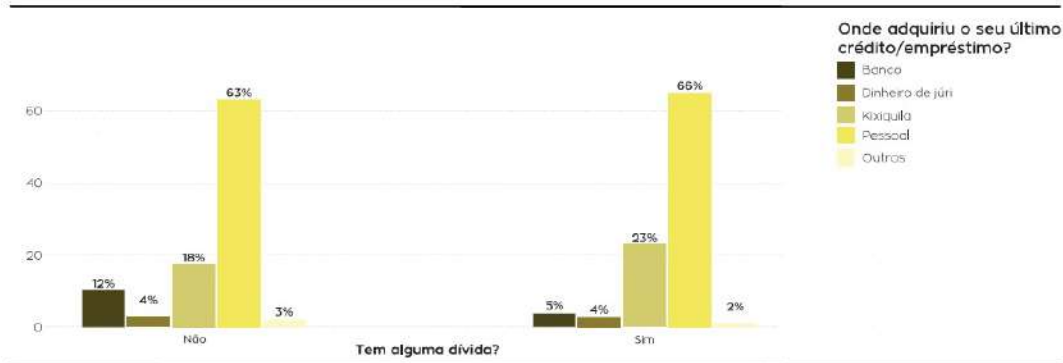
Tabela 123 - Finalidade do crédito obtido por devedores e não devedores								
Tem alguma dívida?	Motivo de solicitação do crédito obtido							
	Para comprar bens alimentares	Para custear momentos de lazer	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	4%	2,4%	58,1%	4,2%	10,5%	11,1%	2,2%	7,5%
Sim	8,7%	1,6%	52,4%	4,8%	14,7%	7,9%	2,8%	7,1%

### 15.7.3 FONTE CREDORA

- Os comerciantes devedores e não devedores contraíram majoritariamente créditos pessoais (63% e 66%, respectivamente);
- Os comerciantes devedores (23%) recorreram mais à kixiquila do que os não devedores (18%);
- Os comerciantes não devedores (12%) contraíram mais crédito bancário do que os devedores (5%).



Gráfico 78 - Fonte credora por devedores e não devedores



#### 15.7.4 INTERESSE EM OBTER CRÉDITO

- A maioria dos comerciantes não tem interesse em obter crédito. No entanto, aqueles que têm dívidas são mais propensos a fazê-lo (35%) do que os que não estão endividados (28%);
- 54% dos comerciantes com dívidas e sem dívidas gostariam de obter outro crédito.

#### 15.7.5 CRÉDITO ALMEJADO

- Os comerciantes que não têm dívidas almejam montantes de crédito mais elevados do que aqueles que estão endividados;
- 51% dos comerciantes que não têm dívidas gostariam de obter valores não inferiores a Kz 250.000, uma proporção que diminui para 45% no grupo dos devedores;
- Os montantes entre Kz 100.000 e Kz 250.000 são os mais almejados pelos comerciantes devedores (18%) e não devedores (19%);
- Para comerciantes devedores e não devedores, o banco é o credor mais desejado, mas esse interesse é maior entre os não devedores (66,3%); a segunda fonte credora mais almejada é a pessoal, e é também a mais desejada pelos devedores (31,5%);
- Os comerciantes que têm dívidas gostariam de contrair crédito para investir no seu negócio (70,1%), pagar despesas familiares (10,2%) e despesas de saúde (7,3%);
- Os comerciantes que não estão endividados gostariam de obter crédito para investir no seu negócio (77,8%) e pagar despesas de saúde (5,7%).



Gráfico 79 - Interesse em obter crédito por devedores e não devedores

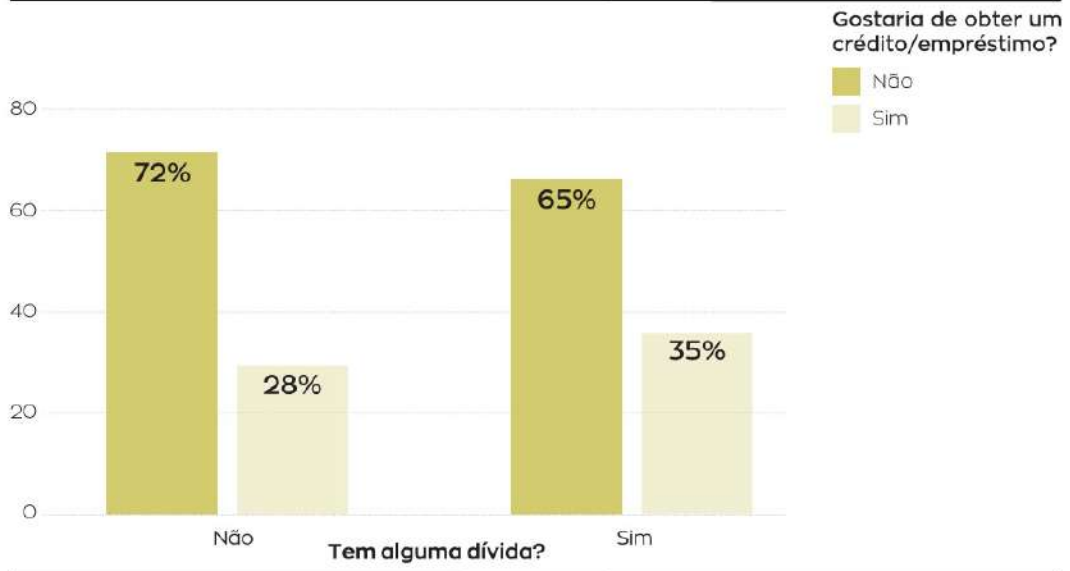


Gráfico 80 - Interesse em obter outro crédito por devedores e não devedores

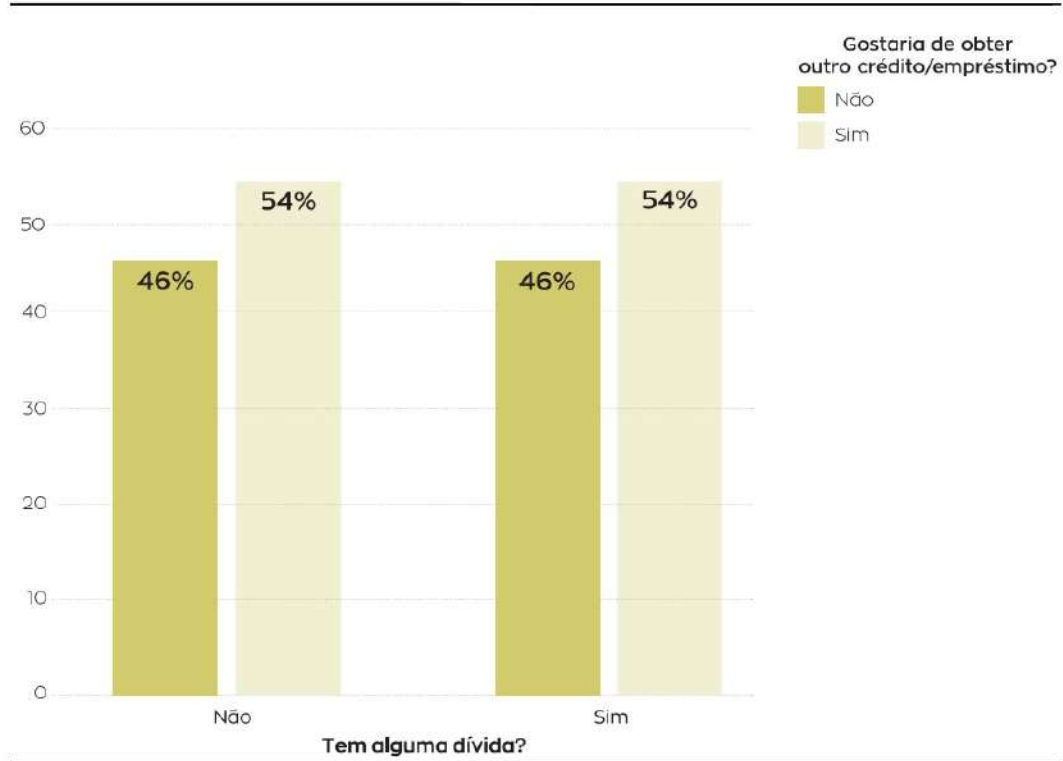




Gráfico 81 - Montante de crédito almejado por devedores e não devedores

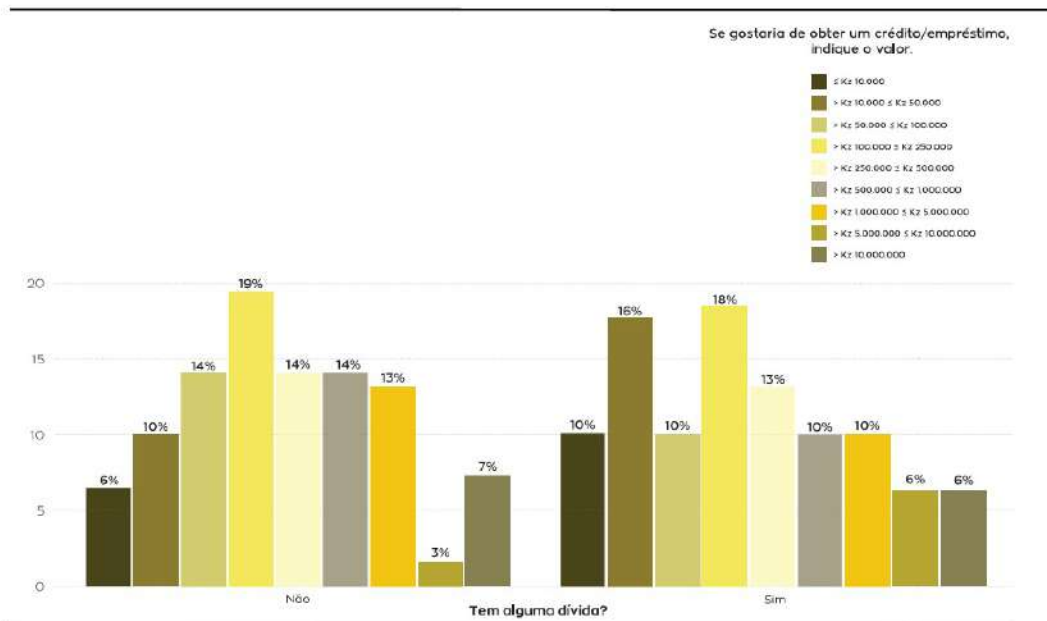


Gráfico 82 - Fonte credora almejada por devedores e não devedores

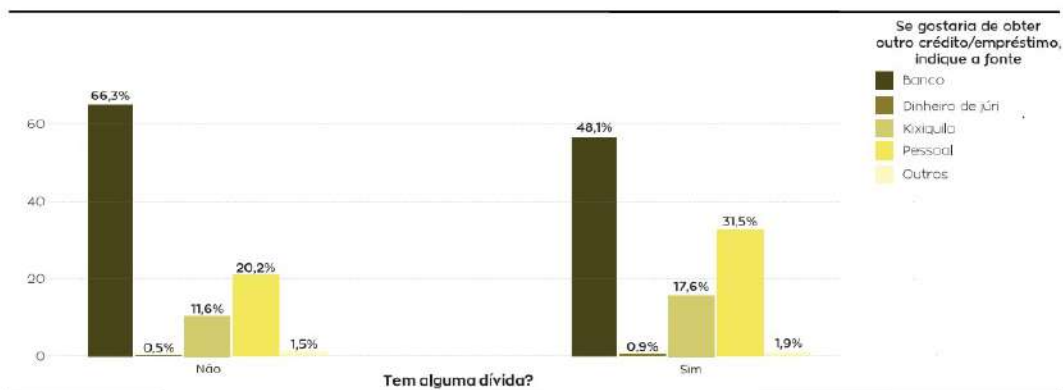


Tabela 124 - Finalidade do crédito almejado por devedores e não devedores  
TC. 124

Tabela 124 - Finalidade do crédito almejado por devedores e não devedores							
Tem alguma dívida?	Finalidade do crédito almejado por devedores e não devedores						
	Para comprar bens alimentares	Para investir no meu negócio	Para custear a formação	Para pagar despesas de saúde	Para pagar despesas familiares	Para pagar dívidas	Outros
Não	1,7%	77,8%	2,4%	5,7%	4,8%	0,2%	7,4%
Sim	5,6%	70,1%	2,2%	7,5%	10,2%	0,7%	5,8%

# ACESSO À INTERNET

---







## 16. ACESSO À INTERNET

- Apenas 35% dos inquiridos têm acesso à internet e o telemóvel (84%) é a principal ferramenta de acesso;
- 95% dos comerciantes não efectuam transacções *online*;
- Daqueles que efectuam operações *online*, 31% fazem transferências, 18% compram produtos e 13% realizam pagamentos;
- O BAI Directo (40%) e o BFA App (36%), são os aplicativos mais utilizados para a realização de transacções *online*;
- 28% dos comerciantes gostariam de vender os seus produtos *online*.

Gráfico 83 - Acesso à internet

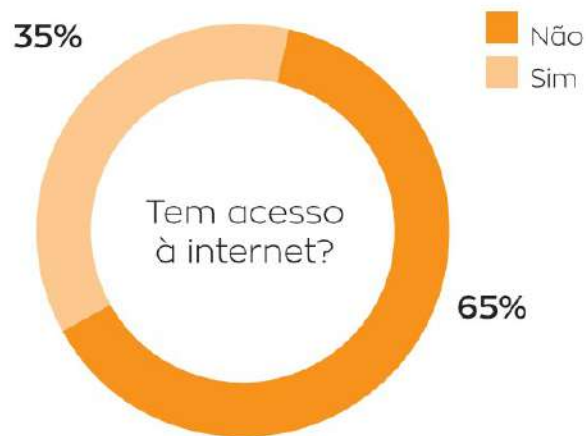




Gráfico 84 - Dispositivos de acesso à internet

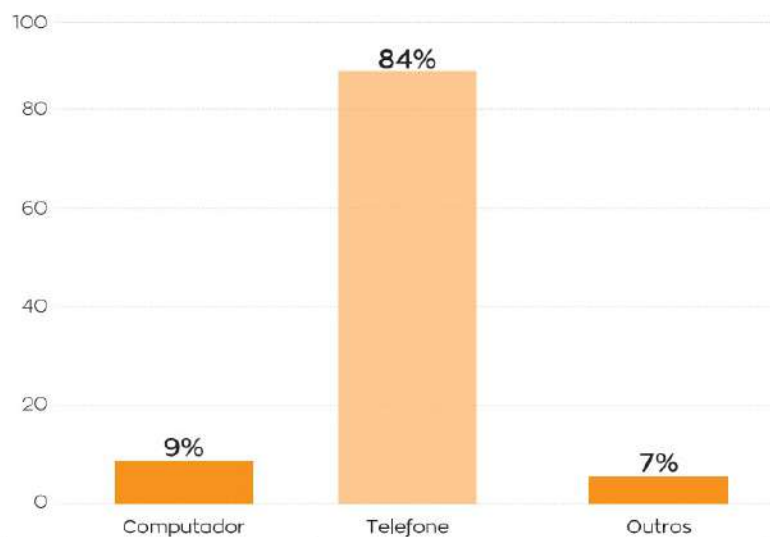


Gráfico 85 - Transacções online





Gráfico 86 - Tipologia de transacções *online*

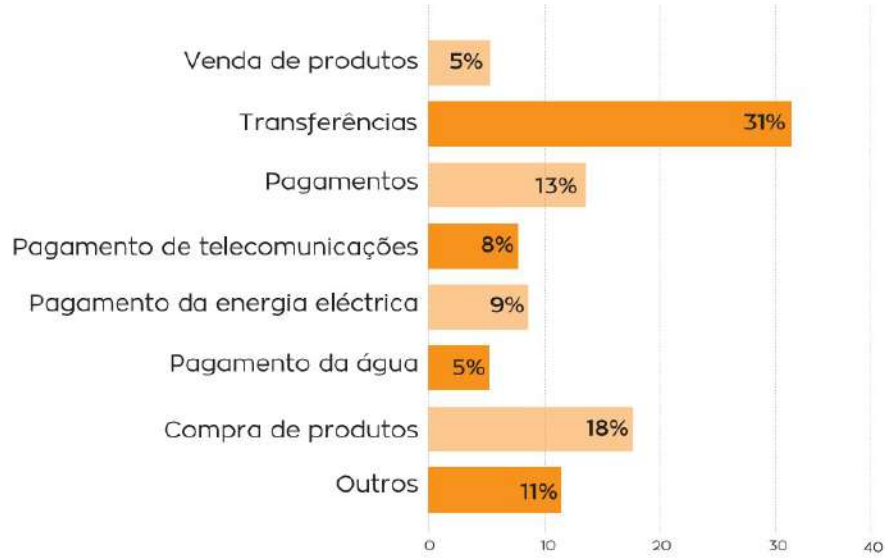


Gráfico 87 - Aplicativos utilizados

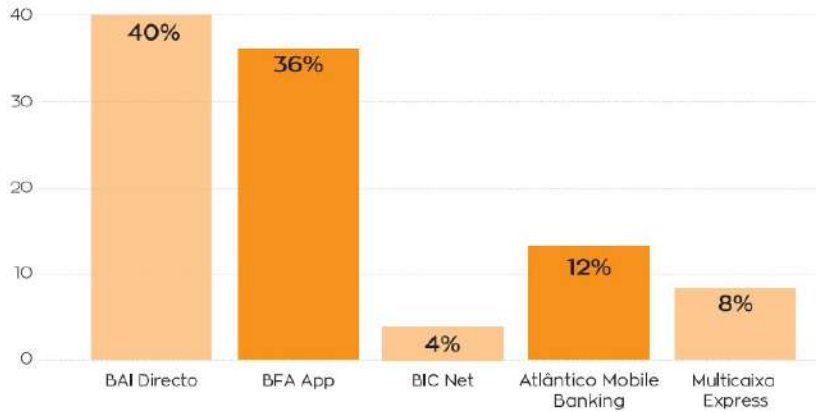




Gráfico 88 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços *online*

---





## 16.1 ACESSO À INTERNET POR ÁREA

- Em todas as áreas há comerciantes com acesso à internet;
- Comparativamente às outras áreas, o acesso à internet é superior nos Cosméticos (66%), Animais Vivos (55%), Diversos (47%) e Fardos (39%);
- Há menos comerciantes com acesso à internet nas Moagens (5%), Campo (14%), Comes e Bebés (18%), Frescos (21%) e Comércio (21%);
- O acesso é mais frequente por telemóvel do que por computador. É de realçar que nas Moagens, Comes e Bebés, Animais Vivos e Zunga/Roboteiros o acesso é feito exclusivamente pelo telemóvel;
- O acesso à internet por meio de um computador é mais comum nos Matadouros (23,5%), Cosméticos (12,1%) e Diversos (12%);
- Os comerciantes que mais transaccionam *online* pertencem às seguintes áreas: Animais Vivos (62%), Cosméticos (6%) e Matadouros (7%);
- Verificam-se, em todas as áreas, casos de comerciantes que gostariam de vender os seus produtos *online*, embora esta cifra seja inferior à daqueles que não pretendem fazê-lo, excepto nos Matadouros (78%) e Animais Vivos (60%). Para além destas, as áreas em que os comerciantes são mais propensos a vender os seus produtos/serviços *online* são: Comércio (39%), Fardos (38%) e Cosméticos (37%);
- Os comerciantes das Moagens (5%), dos Frescos (15%), do Campo (16%) e das Casas de Processo (18%) são menos propensos à venda dos seus produtos/serviços *online*;
- As únicas áreas onde foram registados casos de comerciantes que utilizam aplicativos para efectuar transacções *online* são: Campo, Cosméticos e Diversos;
- O BAI Directo é o aplicativo mais utilizado pelos comerciantes da área do Campo e dos Diversos, e o BFA App por comerciantes dos Cosméticos.



Tabela 125 - Acesso à internet por área

TC. 125

Tabela 125 - Acesso à internet por área			
Área	Tem acesso à internet?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	45%	55%	100%
Campo	86%	14%	100%
Casas de Processo	69%	31%	100%
Comércio	79%	21%	100%
Comes e Bebés	82%	18%	100%
Cosméticos	34%	66%	100%
Diversos	53%	47%	100%
Fardos	61%	39%	100%
Frescos	79%	21%	100%
Matadouros	64%	36%	100%
Material de Construção	68%	32%	100%
Moagens	95%	5%	100%
Zunga/ Roboteiros	78%	22%	100%

Tabela 126 - Dispositivos de acesso à internet por área

TC. 126

Tabela 126 - Dispositivos de acesso à internet por área			
Área	Computador	Outros	Telemóvel
Animais Vivos			100%
Campo	2,4%	2,4%	95,2%
Casas de Processo	10%		90%
Comércio	7,1%		92,9%
Comes e Bebés			100%
Cosméticos	12,1%	10,4%	77,5%
Diversos	12%	10,4%	77,5%
Fardos	6,1%	6,1%	87,7%
Frescos	6,5%	6,5%	87,1%
Matadouros	23,5%		76,5%
Material de Construção	4,2%	4,2%	91,7%
Moagens			100%
Zunga/ Roboteiros			100%



Tabela 127 - Transacções *online* por área

TC. 127

Tabela 127 - Transacções <i>online</i> por área			
Área	Realiza transacções <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	38%	62%	100%
Campo	99%	1%	100%
Casas de Processo	100%		100%
Comércio	97%	3%	100%
Comes e Bebês	100%		100%
Cosméticos	94%	6%	100%
Diversos	92%	8%	100%
Fardos	97%	3%	100%
Frescos	98%	2%	100%
Matadouros	93%	7%	100%
Material de Construção	97%	3%	100%
Moagens	100%		100%
Zunga/ Roboteiros	100%		100%

Tabela 128 - Tipologia de transacções *online* por área

TC. 128

Tabela 128 - Tipologia de transacções <i>online</i> por área								
Área	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
Animais Vivos					69,2%	23,1%		7,7%
Campo	66,7%					33,3%		
Comércio							100%	
Cosméticos	12%	12%	16%	16%	9%	32%		4%
Diversos	22%	2%	6%	6%	6%	32%	10%	16%
Fardos	22,2%	11,1%	22,2%	11,1%		11,1%		22,2%
Frescos	33,3%					66,7%		
Material de Construção	16,7%	8,3%	8,3%	8,3%	8,3%	41,7%		8,3%



Tabela 129 - Aplicativos utilizados por área

TC. 129

Tabela 129 - Aplicativos utilizados por área					
Área	BAI Directo	BFA App	BIC Net	Atlântico Mobile Banking	Multicaixa Express
Campo	100%				
Cosméticos	37,5%	50%		12,5%	
Diversos	37,5%	31,3%	6,3%	12,5%	12,5%

Tabela 130 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços *online* por área

TC. 130

Tabela 130 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por área			
Área	Gostaria de vender os seus produtos/serviços <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Animais Vivos	40%	60%	100%
Campo	84%	16%	100%
Casas de Processo	82%	18%	100%
Comércio	61%	39%	100%
Comes e Bebés	76%	24%	100%
Cosméticos	63%	37%	100%
Diversos	75%	25%	100%
Fardos	62%	38%	100%
Frescos	85%	15%	100%
Matadouros	22%	78%	100%
Material de Construção	72%	28%	100%
Moagens	95%	5%	100%
Zunga/ Roboteiros	72%	28%	100%



## 16.2 ACESSO À INTERNET POR GRUPO ETÁRIO

- Em todos os grupos etários, menos de metade dos comerciantes tem acesso à internet, excepto no intervalo dos 20-24, em que 56% têm acesso à internet;
- Os comerciantes dos 15 aos 34 anos têm mais acesso à internet; a partir dos 35 anos, o acesso é decrescente;
- Em todos os grupos etários, a principal ferramenta de acesso à internet é o telemóvel, porém, no grupo dos 50-59 anos, mais comerciantes utilizam o computador ou outros meios de acesso, para além do telemóvel;
- Com uma proporção de 9,4%, o grupo dos 30-34 anos é o que mais efectua transacções *online*, seguido dos intervalos dos 35-39 (6%) e 25-29 (6%) anos;
- A compra de produtos é a única operação realizada *online* comum a todos os grupos etários;
- Os inquiridos dos 15 aos 34 anos são os que mais efectuam compras *online*;
- O grupo de comerciantes entre 30-34 anos é o único onde foram observados casos de utilização de mais de dois aplicativos diferentes;
- O BAI Directo é o aplicativo mais transversal a todos os grupos etários, seguido do BFA App;
- Os comerciantes mais interessados em vender os seus produtos/serviços *online* têm entre 15 e 39 anos. Este interesse diminui a partir dos 40 anos.

Tabela 131 - Acesso à internet por grupo etário

TC. 131

Tabela 131 - Acesso à internet por grupo etário			
Grupo etário	Tem acesso à internet?		Total
	Não	Sim	
15-19	56%	44%	100%
20-24	46%	54%	100%
25-29	54%	46%	100%
30-34	62%	38%	100%
35-39	67%	33%	100%
40-44	69%	31%	100%
45-49	72%	28%	100%
50-54	81%	19%	100%
55-59	80%	20%	100%
60-64	97%	3%	100%
≥65	92%	8%	100%



Tabela 132 - Dispositivos de acesso à internet por grupo etário

TC. 132

Tabela 132 - Dispositivos de acesso à internet por grupo etário			
Grupo etário	Computador	Telemóvel	Outros
15-19	9,1%	84,8%	6,1%
20-24	7,3%	85,4%	7,3%
25-29	9,9%	83,4%	6,6%
30-34	6,2%	88,4%	5,4%
35-39	10,6%	80,5%	8,9%
40-44	6,7%	86,5%	6,7%
45-49	11,3%	81,3%	7,5%
50-54	12,2%	78%	9,8%
55-59	16,7%	66,7%	16,7%
60-64		100%	
≥65		100%	

Tabela 133 - Transacções *online* por grupo etário

TC. 133

Tabela 133 - Transacções <i>online</i> por grupo etário			
Grupo etário	Realiza transacções <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
15-19	98%	2%	100%
20-24	96%	4%	100%
25-29	94%	6%	100%
30-34	91%	9%	100%
35-39	94%	6%	100%
40-44	96%	4%	100%
45-49	96%	4%	100%
50-54	98%	2%	100%
55-59	99%	1%	100%
60-64	100%		100%
≥65	100%		100%



Tabela 134 - Tipologia de transacções *online* por grupo etário

TC. 134

Tabela 134 - Tipologia de transacções <i>online</i> por grupo etário								
Grupo etário	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
15-19	50%	50%						
20-24	25%		12,5%	12,5%		37,5%	12,5%	
25-29	19%	9,5%	9,5%	4,8%	4,8%	23,8%		28,6%
30-34	17,1%	2,9%	11,4%	5,7%	14,3%	40%	2,9%	5,7%
35-39	9,5%	9,5%	9,5%	9,5%	23,8%	19%	14,3%	4,8%
40-44	10%			10%	30%	30%	10%	10%
45-49	25%		8,3%	8,3%	8,3%	41,7%		8,3%
50-54	20%			20%		40%		20%
55-59	100%							

Tabela 135 - Aplicativos utilizados por grupo etário

TC. 135

Tabela 135 - Aplicativos utilizados por grupo etário					
Grupo etário	BAI Directo	BFA App	BIC Net	Atlântico Mobile Banking	Multicaixa Express
20-24		100%			
25-29	50%	50%			
30-34	28,6%	42,9%	7,1%	14,3%	7,1%
35-39	100%				
40-44	100%				
45-49		50%		50%	
50-54					100%
55-59	100%				



Tabela 136 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços *online* por grupo etário

TC. 136

Tabela 136 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por grupo etário			
Grupo etário	Gostaria de vender os seus produtos/serviços <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
15-19	62%	38%	100%
20-24	61%	39%	100%
25-29	66%	34%	100%
30-34	67%	33%	100%
35-39	73%	27%	100%
40-44	76%	24%	100%
45-49	76%	24%	100%
50-54	84%	16%	100%
55-59	76%	24%	100%
60-64	81%	19%	100%
≥65	75%	25%	100%

### 16.3 ACESSO À INTERNET POR GÉNERO

- Os homens (50%) têm mais acesso à internet do que as mulheres (26%);
- O telemóvel é a ferramenta de acesso à internet mais utilizada por homens (79,5%) e mulheres (89%);
- Mais de 90% dos homens e mulheres não realizam transacções *online*, ainda assim, mais homens (8%) do que mulheres (3%) o fazem;
- As principais operações efectuadas *online* pelas mulheres são: transferências (38,5%), pagamentos (17,9%) e compra de produtos (15,4%);
- As principais operações efectuadas *online* pelos homens são transferências (25,7%) e compra de produtos (18,6%);
- As mulheres utilizam mais o BFÁ App (50%) e os homens o BAI Directo (44,4%);
- A maioria dos homens (70%) e das mulheres (73%) não tem interesse em vender os seus produtos/serviços *online*, mas os homens são mais propensos a fazê-lo do que as mulheres.



Tabela 137 - Acesso à internet por género

TC.137

Tabela 137 - Acesso à internet por género			
Género	Tem acesso à internet?		Total
	Não	Sim	
Feminino	74%	26%	100%
Masculino	50%	50%	100%

Tabela 138 - Dispositivos de acesso à internet por género

TC.138

Tabela 138 - Dispositivos de acesso à internet por género			
Género	Computador	Telemóvel	Outros
Feminino	6,3%	89%	4,7%
Masculino	11,2%	79,5%	9,4%

Tabela 139 - Transacções *online* por género

TC.139

Tabela 139 - Transacções <i>online</i> por género			
Género	Realiza transacções <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Feminino	97%	3%	100%
Masculino	92%	8%	100%

Tabela 140 - Tipologia de transacções *online* por género

TC.140

Tabela 140 - Tipologia de transacções <i>online</i> por género								
Género	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
Feminino	15,4%	5,1%	7,7%	5,1%	17,9%	38,5%	2,6%	7,7%
Masculino	18,6%	5,7%	8,8%	10%	11,4%	25,7%	7,1%	12,9%



Tabela 141 - Aplicativos utilizados por género

TC. 141

Tabela 141 - Aplicativos utilizados por género					
Género	BAI Directo	BFA App	BIC Net	Atlântico Mobile Banking	Multicaixa Express
Feminino	33,3%	50%		16,7%	
Masculino	44,4%	27,8%	5,6%	11,1%	11,1%

Tabela 142 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços *online* por género

TC. 142

Tabela 142 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por género			
Género	Gostaria de vender os seus produtos/serviços <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Feminino	73%	27%	100%
Masculino	70%	30%	100%



## 16.4 ACESSO À INTERNET POR GRAU DE ESCOLARIDADE

- Os comerciantes com graus de escolaridade mais elevados têm mais acesso à internet do que aqueles que não têm nenhuma escolarização ou que não prosseguiram os estudos para além do ensino secundário do 1.º ciclo - classes 7-9;
- O acesso à internet é mais alto entre os comerciantes que: frequentaram ou concluíram o ensino superior (82% e 84%, respectivamente), concluíram o ensino técnico profissional (79%) ou o ensino secundário do 2.º ciclo (66%);
- O acesso à internet é mais baixo entre os comerciantes que: não têm nenhuma escolarização (9%), frequentaram ou concluíram o ensino primário - classes 1-6 (10% e 20%, respectivamente);
- Quanto menor for o grau de escolaridade, maior é a utilização do telemóvel para aceder à internet; quanto maior for o grau de escolaridade, maior é a utilização de outros dispositivos para aceder à internet, para além do telemóvel;
- Em todos os graus de escolaridade, mais de metade dos inquiridos não efectua transacções *online*, mas quanto maior for o grau de escolaridade, maior é a proporção de inquiridos que o faz;
- Daqueles que não têm nenhuma escolaridade, 0,6% efectuam transacções *online*, uma proporção que aumenta, progressivamente, para 26,2% entre aqueles que concluíram o ensino superior;
- As operações bancárias mais comuns a todos os graus de escolaridade são as transferências e os pagamentos;
- O BAI Directo e o BFA App são os aplicativos mais transversais aos graus de escolaridade;
- A predisposição para a comercialização de produtos/serviços *online* é maior entre os comerciantes que frequentaram ou concluíram o ensino superior (50% e 42%, respectivamente) ou que concluíram o ensino secundário do 1.º ciclo (40%);
- Nos níveis de escolaridade mais baixos, a propensão à venda *online* é inferior: nenhuma escolarização (11%), frequência (19%) e conclusão (25%) do ensino primário.



Tabela 143 - Acesso à internet por grau de escolaridade

TC. 143

Tabela 143 - Acesso à internet por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Tem acesso à internet?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	91%	9%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	90%	10%	100%
Ensino primário concluído	80%	20%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	73%	27%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	54%	46%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	43%	57%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	34%	66%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	59%	41%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	21%	79%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	18%	82%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	16%	84%	100%

Tabela 144 - Dispositivos de acesso à internet por grau de escolaridade

TC. 144

Tabela 144 - Dispositivos de acesso à internet por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Computador	Telemóvel	Outros
Nenhuma escolarização	5,6%	94,4%	
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	4,3%	91,5%	4,3%
Ensino primário concluído	3,8%	96,2%	
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	4,2%	94,1%	1,7%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	3,3%	91,7%	5%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	6,7%	88,2%	5,1%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	8%	85,4%	6,6%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	17,6%	70,6%	11,8%
Ensino técnico ou profissional concluído	33,3%	33,3%	33,3%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	17%	64,2%	18,9%
Universidade ou Instituto Superior concluído	18,6%	67,4%	14%



Tabela 145 - Transacções *online* por grau de escolaridade

TC. 145

Tabela 145 - Transacções <i>online</i> por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Realiza transacções <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	99,4%	0,6%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	98,6%	1,4%	100%
Ensino primário concluído	99,0%	1,0%	100%
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	98,2%	1,8%	100%
Ensino secundário 1º ciclo concluído	95,8%	4,2%	100%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	94,3%	5,7%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	91,7%	8,3%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	89,3%	10,7%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	88,5%	11,5%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	79,6%	20,4%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	73,8%	26,2%	100%

Tabela 146 - Tipologia de transacções *online* por grau de escolaridade

TC. 146

Tabela 146 - Tipologia de transacções <i>online</i> por grau de escolaridade								
Grau de escolaridade	Compra de produtos	Pagamento da água	Pagamento da energia eléctrica	Pagamento de telecomunicações	Pagamentos	Transferências	Venda de produtos	Outros
Nenhuma escolarização					100%			
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	30%	10%	10%	10%	10%	20%		10%
Ensino primário concluído						100%		
Frequência do ensino secundário 1º ciclo (classes 7-9)	20%				40%	40%		
Ensino secundário 1º ciclo concluído	14,3%		14,3%		14,3%	28,6%		28,6%
Frequência do Ens. Sec. 2º ciclo (classes 10-12)	11,8%		5,9%	5,9%	29,4%	35,3%	5,9%	5,9%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	23,3%	3,3%	16,7%	3,3%		36,7%	3,3%	13,3%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	25%	25%				25%	25%	
Ensino técnico ou profissional concluído				25%	25%	25%	25%	
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	15%	15%	10%	10%	5%	25%	5%	15%
Universidade ou Instituto Superior concluído	18,8%			18,8%	12,5%	31,3%	6,3%	12,5%



Tabela 147 - Aplicativos utilizados por grau de escolaridade

TC. 147

Tabela 147 - Aplicativos utilizados por grau de escolaridade					
Grau de escolaridade	BAI Directo	BFA App	BIC Net	Atlântico Mobile Banking	Multicoixa Express
Frequência do Ensino Secundário 1º ciclo (classes 7 - 9)	100%				
Ensino Secundário 1º ciclo concluído		50%	50%		
Frequência do Ensino Sec. 2º ciclo (classes 10 - 12)		100%			
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	33,3%	33,3%		16,7%	16,7%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	100%				
Ensino técnico ou profissional concluído				100%	
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	50%	25%			25%
Universidade ou Instituto Superior concluído	28,6%	57,1%		14,3%	

Tabela 148 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços *online* por grau de escolaridade

TC. 148

Tabela 148 - Interesse pela comercialização de produtos/serviços <i>online</i> por grau de escolaridade			
Grau de escolaridade	Gostaria de vender os seus produtos/serviços <i>online</i> ?		Total
	Não	Sim	
Nenhuma escolarização	89%	11%	100%
Frequência do ensino primário (classes 1-6)	81%	19%	100%
Ensino primário concluído	75%	25%	100%
Frequência do Ensino Secundário 1º ciclo (classes 7 - 9)	70%	30%	100%
Ensino Secundário 1º ciclo concluído	60%	40%	100%
Frequência do Ensino Sec. 2º ciclo (classes 10 - 12)	63%	37%	100%
Ensino Sec. 2º ciclo concluído	63%	37%	100%
Frequência de escolas técnicas ou profissionais	71%	29%	100%
Ensino técnico ou profissional concluído	61%	39%	100%
Frequência de Universidade ou Instituto Superior	50%	50%	100%
Universidade ou Instituto Superior concluído	58%	42%	100%



# ANEXOS

Dados por Género

---





## 17. GÉNERO

### Tabela 149 - Género

TC. 149

Tabela 149 - Género		
Categorias/questões	Feminino	Masculino
idade	50-54 (16,2%) 40-44 (16%)	20-24 (15,6%) 25-29 (14,7%)
Grau de escolaridade	Frequência do ensino primário classes 1-6 (30,1%) Frequência do ensino secundário do 1º ciclo classes 7-9 (23,2%)	Ensino secundário do 2º ciclo concluído (16,2%) Frequência do ensino secundário do 1º ciclo classes 7-9 (18,4%)
Município de residência	Viana (38,6%), Cocuaco (21,5%) e Cazenga (19,3%)	Viana (33,3%), Cocuaco (23,6%) e Cazenga (21,9%)
Tem bilhete de identidade?	Sim (75,3%)	Sim (79,5%)
Tempo de actividade no mercado	Mais de 10 anos (48,2%)	Mais de 10 anos (34,5%)
Tem conta bancária?	Sim (29,4%)	Sim (51,3%)
Se não gostava de ser titular de uma conta bancária?	Sim (68,3%)	Sim (69,2%)
Indique os motivos para não ser titular de conta bancária	Pensa que não tem dinheiro suficiente (29,4%) Falta de tempo (17,6%)	Pensa que não tem dinheiro suficiente (26%) Falta de tempo (14,7%)
Indique os motivos para ser titular de conta bancária	Segurança (34,0%) poupança (32,1%)	Segurança (41,2%) poupança (27,2%)
Em que bancos tem conta bancária?	BFA (20,3%) BIC (15,2%)	BAI (21%) BFA (19,4%)
Já se sentiu lesado pelo banco?	Sim (10,9%)	Sim (16,6%)
Faz poupança?	Sim (55,7%)	Sim (59,7%)
Como poupa o seu dinheiro?	Guardo em casa (47,7%) Deposito no banco (26,3%)	Guardo em casa (50,6%) Deposito no banco (40,3%)
Faz poupança para a reforma?	Sim (27%)	Sim (25%)
Quantas vezes obteve crédito/empréstimo?	Mais de 10 vezes (38,2%)	Mais de 10 vezes (37,3%)
Qual foi o valor do último crédito/empréstimo que obteve?	≤ Kz 10.000 (38,9%) > Kz 10.000 ≤ Kz 50.000 (23,7%)	≤ Kz 10.000 (36,8%) > Kz 10.000 ≤ Kz 50.000 (24,8%)
Onde adquiriu o seu último crédito/empréstimo?	Credor pessoal (61,4%) Kixiquita (23,8%)	Credor pessoal (69,9%) banco (33,5%)
Por que razão solicitou o seu último crédito/empréstimo?	Para investir no meu negócio (59,6%) Para pagar despesas de saúde (10,8%)	Para investir no meu negócio (49,6%) Para pagar despesas familiares (12,1%)
Gostaria de obter um crédito/empréstimo novamente?	Sim (49,9%)	Sim (57,4%)
Indique a fonte de obtenção do outro crédito/empréstimo que gostaria de obter.	Banco (55%)	Banco (75%)
Indique o valor de outro crédito/empréstimo?	> Kz 100.000 ≤ Kz 250.000 (20,3%) > Kz 250.000 ≤ Kz 500.000 (15,6%)	> Kz 500.000 ≤ Kz 1.000.000 (17,3%) > Kz 100.000 ≤ Kz 250.000 (16,2%)
Se gostaria de obter um crédito/empréstimo, indique o motivo	Para investir no meu negócio (78,3%)	Para investir no meu negócio (77,1%)
Tem alguma dívida?	Sim (19%)	Sim (14,4%)
Tem seguro?	Sim (4%)	Sim (8,3%)
Tem acesso à internet?	Sim (26,4%)	Sim (45,6%)
Realiza transacções online?	Sim (3%)	Sim (7,9%)
Gostaria de vender os seus produtos/serviços online?	Sim (27,5%)	Sim (29,9%)





**Conselho Nacional de Estabilidade Financeira**  
Distrito Urbano da Ingombota | Edifício **IMOB Business Tower**  
Rua Major Kanhangulo - 1º andar | Luanda - ANGOLA

