

Gest-09

**Como as Instituições Microfinanceiras  
Moçambicanas podem Incrementar o Volume de  
Poupanças Captadas**

Caso de Vendedores na Cidade de Maputo – Ano de 2006.

Amélia José Sengo

Agosto de 2008

Trabalho de Licenciatura em Gestão  
Faculdade de Economia  
Universidade Eduardo Mondlane

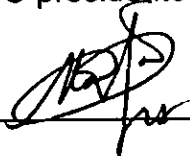
## DECLARAÇÃO DO AUTOR

"Declaro que este trabalho é da minha autoria e resulta da minha investigação. Esta é a primeira vez que o submeto para obter um grau académico numa instituição educacional".

Amélia José Sengo

Este trabalho foi aprovado com 15 valores no dia 22 de AGOSTO de 2008, por nós membros do júri examinador da Faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane.

O presidente do júri



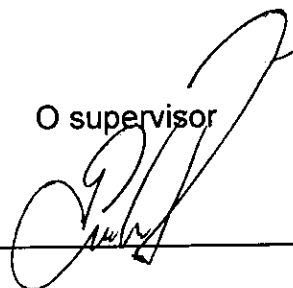
---

O oponente



---

O supervisor



---

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais

## AGRADECIMENTOS

Quero em primeiro lugar, agradecer à Deus por ser o meu *ebenezer*, até aqui Ele me tem guardado e tudo que conquistei até hoje é graças a Ele; toda honra e glória sejam para Ele.

Em segundo lugar, endereço os meus agradecimentos ao dr. Gildo Lucas que, com muito boa vontade e atenção foi analisando os meus *drafts* e dando sugestões e sobretudo dando bastante apoio moral.

Meus agradecimentos vão também para os funcionários do Conselho Municipal da Cidade de Maputo; da TCHUMA – Cooperativa de Crédito e Poupança, S.C.R.L; do Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L (BOM); do Novo Banco, S.A.R.L (a partir de 2007, Banco ProCredit, S.A.R.L) e da SOCREMO – Banco de Microfinanças de Moçambique, S.A.R.L. pela disponibilidade no fornecimento de informação.

Por último, agradeço à minha família que me deu bastante apoio, aos meus docentes; namorado; amigos; colegas; irmãos em Cristo e a outros que directa ou indirectamente contribuíram para que o presente trabalho se tornasse realidade.

## PANO DE FUNDO

«Poupar é uma determinante da prudência, portanto uma demonstração de disciplina. Tal sujeição deveria observar-se em todos os ramos da actividade humana, na preservação da saúde, evitando-se, dispêndio de energias em actos sem finalidade; na economia doméstica, não dissipando, mas sim administrando o governo do lar com parcimónia; no trabalho, empregando o tempo restrito com o melhor aproveitamento dos materiais para a realização da obra, com o que se aumenta a produção e se diminui o desperdício; procedendo, enfim da maneira mais útil possível. O homem económico é previdente com o fito de prolongar a sua existência nas melhores condições.

É evidente que poupança não significa avareza, mas sim comedimento e, portanto, princípio de prosperidade que é a base da riqueza. Portanto digamos antes nem avareza nem prodigalidade.

Em tempos actuais, poupar não deve ser apenas guardar dinheiro, o que significa imobilização ou privação da possibilidade de produzir rendimento, facto por si só condenável pela doutrina económica e prejudicial ao seu possuidor por ficar sujeito às contingências da desvalorização da moeda; deve-se antes usar a poupança para formar o investimento com o intuito de se obter uma retribuição, que, consoante a natureza da actividade em que exerce a sua acção se denomina: juro, renda ou lucro» (Lemos, P. s/ ano).

## RESUMO

Com o objectivo de avaliar em que medida é que as Instituições Microfinanceiras (IMF's) moçambicanas podem incrementar o seu volume de depósitos através de poupanças dos vendedores dos mercados da cidade de Maputo, inquiriu-se a 270 vendedores de mercados, entre importadores (vulgo *mukeristas*) não ambulantes do mercado Malanga e vendedores ambulantes.

Por um lado, para a obtenção de informação referente aos serviços prestados e estratégias usadas pelas IMF's aplicou-se um questionário às instituições que estão a operar no mercado nomeadamente: NOVOBANCO, S.A.R.L. (agora BANCO PROCREDIT, S.A.R.L); SOCREMO – Banco de Microfinanças, S.A.R.L.; TCHUMA – Cooperativa de Crédito e Poupança, S.C.R.L. e Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L. (BOM).

Por outro lado, para a obtenção de informação sobre os mercados existentes e o respectivo número de vendedores que constituem cada mercado, recorreu-se ao Conselho Municipal da Cidade de Maputo.

A pesquisa levou a seguintes conclusões:

O volume de poupança mensal total dos mercados seleccionados é de 11,835,646 MZN, sendo os vendedores ambulantes; os mercados Praça dos Combatentes e Xipamanine, os que apresentam os maiores volumes de poupança total. Verificou-se ainda que, dentre os vendedores, os que mais poupam são jovens do sexo masculino e solteiros.

Constatou-se que apenas 2% dos vendedores recorrem a IMF's para efectuar depósitos, deslocando-se aos bancos comerciais quando pretendem serviços de uma instituição formal. Os vendedores mostram preferência pela canalização das suas poupanças para mecanismos informais, com o *xitique* a ocupar a

primeira posição angariando 29% do volume total da poupança existente nos mercados.

Constatou-se ainda que os vendedores alegam como causas da não abertura de uma conta poupança numa IMF's respectivamente: a falta de confiança nestas instituições; a falta de documentos de identidade; de dinheiro; de tempo; de interesse; o excesso de burocracia; entre outras.

Sendo que, as recomendações foram as seguintes:

Primeiro, as IMF's devem estudar a possibilidade de criação de novos produtos de acordo com as finalidades primárias das poupanças dos vendedores com o objectivo de incentivá-los a abrirem uma conta poupança; e

Segundo, as IMF's devem estudar a possibilidade de realizar uma estratégia de *marketing* mais "agressiva" (como por exemplo: *spots* publicitários na televisão; rádio e uso de panfletos) para angariar mais clientes (neste caso concreto, vendedores). A estratégia de *marketing* deve focar-se especialmente aos jovens do sexo masculino e solteiros visto que estes são os que mais poupam.

# Índice

DECLARAÇÃO DO AUTOR .....	I
DEDICATÓRIA.....	II
AGRADECIMENTOS .....	III
PANO DE FUNDO .....	IV
RESUMO .....	V
<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
1.1. JUSTIFICATIVA DO TEMA.....	2
1.2. OBJECTIVOS DO TRABALHO .....	2
1.2.1. <i>Objectivo Geral</i> .....	2
1.2.2. <i>Objectivos Especificos</i> .....	3
1.3. METODOLOGIA.....	3
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>5</b>
2.1. PARTE CONCEPTUAL .....	5
2.1.1. <i>Microfinanças</i> .....	5
2.1.2. <i>Mercado</i> .....	6
2.1.3. <i>Poupança e Depósito Bancário</i> .....	7
2.1.4. <i>Sector Financeiro Formal e Sector Financeiro Informal</i> .....	8
2.2. FORMAS TRADICIONAIS E INFORMAIS DE POUPANÇA.....	10
2.3. RAZÕES DA PREFERÊNCIA PELA CANALIZAÇÃO DE POUPANÇAS ATRAVÉS DE MECANISMOS INFORMAIS .....	10
2.4. ENQUADRAMENTO LEGAL DE MICROFINANÇAS EM MOÇAMBIQUE .....	12
2.5. CARACTERIZAÇÃO DAS IMF'S SELECIONADAS E DOS AGENCIADORES DE XITIQUE .....	12
2.5.1. <i>NOVOBANCO, S.A.R.L (a partir de 2007 BANCO PROCREDIT, S.A.R.L.)</i> .....	13
2.5.2. <i>Sociedade de Crédito de Moçambique, S.A.R.L. – SOCREMO (GPE/GTZ)</i> .....	14
2.5.3. <i>TCHUMA – Cooperativa de Crédito e Poupança, S.C.R.L.</i> .....	16
2.5.4. <i>Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L. – (BOM)</i> .....	18
2.5.5. <i>Características Comuns</i> .....	20
2.5.6. <i>Perfil dos Agenciadores de Xitique</i> .....	21
<b>3. RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>23</b>
3.1. DETERMINAÇÃO DO TAMANHO DA AMOSTRA.....	23
3.2. PERFIL DOS VENDEDORES .....	27
3.2.1. <i>Volume de Poupanças</i> .....	27
3.2.2. <i>Lugar Onde a Poupança é Efectuada</i> .....	28
3.2.3. <i>Causa da não Poupança em IMF's</i> .....	29
3.2.3. <i>Volume de Poupanças Efectuadas por Sexo</i> .....	30
3.2.4. <i>Volume de Poupanças de Acordo com o Estado Civil</i> .....	31
3.2.5. <i>Volume de Poupanças de Acordo com o Nível Académico</i> .....	32
3.2.6. <i>Volume de Poupanças de Acordo com a Faixa Etária</i> .....	32
3.2.7. <i>Documentos de Identificação</i> .....	33
3.2.8. <i>Realização de outras Actividades Remuneradas</i> .....	34
3.2.9. <i>Finalidade Primária das Poupanças dos Vendedores</i> .....	34



4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	36
4.1. CONCLUSÕES.....	36
4.2. RECOMENDAÇÕES .....	38
5. BIBLIOGRAFIA .....	39
6. ANEXOS (TABELAS E QUESTIONÁRIOS).....	43

## 1. Introdução

O que se pode compreender do boletim do *Mozambique Microfinance Facility* (MMF), as instituições microfinanceiras (IMF's) normalmente têm como foco inicial a extensão de crédito; isso deve-se ao facto de os agentes económicos de baixa renda acederem ao crédito para estabelecer e/ou expandirem as suas actividades económicas. Não existem dúvidas dos benefícios que estes serviços trazem para estes agentes, no entanto, pesquisas efectuadas e a prática evidenciam que os pobres precisam de serviços de poupança.

A constatação acima referida veio contrariar a ideia de que os pobres não poupam. A citação a seguir ilustra melhor esta perspectiva: "Uma observação vulgar chega para concluir que os ricos poupam mais que os pobres, não só em termos absolutos mas também em percentagem dos respectivos rendimentos. As pessoas muito pobres não conseguem poupar absolutamente nada" (Samuelson 1985: 154).

Entretanto, no caso concreto dos vendedores, embora na sua maioria tenham rendimentos baixos, constata-se que eles retiram parte do seu rendimento para poupar. É neste âmbito que o presente trabalho, cujo tema é: "Como as Instituições Microfinanceiras Moçambicanas podem Incrementar o Volume de Poupanças Captadas: Caso de Vendedores na Cidade de Maputo – Análise - 2006" irá debruçar-se essencialmente sobre para onde estes vendedores canalizam as suas poupanças e procurar descobrir formas de como é que as IMF's poderão obter maiores volumes de poupança destes.

A análise é referente a 2006 pelo facto de os dados para a realização do presente trabalho terem sido recolhidos no referido ano.

## **1.1. Justificativa do Tema**

Por um lado, agentes económicos de rendimento baixo (como é o caso dos vendedores) normalmente não canalizam as suas poupanças para instituições formais; preferindo guardá-las “debaixo do colchão”, emprestando um amigo, praticando o *xitique*<sup>1</sup>, entre outras formas informais<sup>2</sup>.

Por outro lado, as instituições financeiras em geral, e as de microfinanças em particular, precisam que os aforradores (poupadores) depositem nelas as suas poupanças, pois estas são uma forma de *funding*<sup>3</sup>.

A escolha do presente tema deve-se ao facto de constatar-se que os vendedores normalmente não canalizam as suas poupanças para as IMF's embora estes sejam um dos alvos destas instituições. Pelo que surge a necessidade de se estudar as causas do comportamento destes vendedores e encontrar-se soluções para os atrair a depositar as suas poupanças nestas instituições (IMF's).

## **1.2. Objectivos do trabalho**

### **1.2.1. Objectivo Geral**

O objectivo deste trabalho é de avaliar em que medida é que as IMF's podem incrementar o seu volume de depósitos através de poupanças dos vendedores dos mercados da cidade de Maputo.

---

<sup>1</sup> Este conceito será explicado mais adiante.

<sup>2</sup> Mozambique Microfinance Facility (2004).

<sup>3</sup> De acordo com <http://br.answers.yahoo.com>, *funding* é a “consolidação financeira das dívidas de curto prazo adequado à maturação do investimento e sua amortização”.

### 1.2.2. Objectivos Específicos

- Analisar o perfil dos vendedores e dos agenciadores<sup>4</sup> de *xitique*;
- Apresentar as formas informais de canalização de poupanças;
- Analisar as modalidades (procedimentos) usadas pelas IMF's na captação de poupanças;
- Analisar porque alguns vendedores não depositam as suas poupanças nas IMF's; e
- Apresentar propostas de como é que as IMF's podem estimular os vendedores a depositarem as suas poupanças.

### 1.3. Metodologia

Para a elaboração do trabalho recorreu-se ao método indutivo<sup>5</sup> e aos seguintes meios de investigação: revisão da literatura, pesquisa de campo, à pesquisa na *Internet* e entrevistas a especialistas da área.

O trabalho recorreu a técnica de estudo de caso por via de inquéritos à:

- Vendedores do mercado de Malhazine;
- Vendedores do mercado de Hulene;
- Vendedores do mercado Central;
- Vendedores do mercado de Xipamanine;
- Vendedores do mercado Janet;
- Vendedores do mercado Fajardo;
- Vendedores do mercado Malanga;
- Vendedores do mercado da Praça dos Combatentes (vulgo *Xiquelene*);

---

<sup>4</sup> O termo agenciador de *xitique* será explicado adiante.

<sup>5</sup> **Método indutivo** é aquele que parte de questões particulares até chegar a conclusões generalizadas – *in* [pt.wikipedia.org/wiki/Método\\_indutivo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Método_indutivo).

- Importadores do mercado Malanga (vulgo *mukeristas*); e
- Vendedores “ambulantes”.

A escolha desses mercados justifica-se por se constatar que englobam diferentes perfis de vendedores, o que leva a conclusões mais consistentes e a recomendações mais adequadas a cada perfil. Aplicou-se um questionário (questionário 1, em anexo) aos vendedores<sup>6</sup>. Fez-se ainda um questionário para os agenciadores de *xitique*<sup>7</sup> dos vendedores (questionário 2, em anexo).

As IMF's também foram alvo de pesquisa. Foi preparado um questionário (em anexo, questionário 3) com o objectivo de se identificar alguns nós de estrangulamento na forma e tipos de serviços prestados por estes que não criam interesse pela procura dos seus serviços de poupanças. Foram seleccionadas as quatro instituições que estão a operar no mercado, nomeadamente:

- NOVO BANCO, S. A. R. L. (agora BANCO PROCREDIT, S.A.R.L.);
- SOCREMO – Banco de Microfinanças, S.A.R.L.;
- TCHUMA – Cooperativa de Crédito e Poupança, S.C.R.L.; e
- Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L. (BOM).

Para a análise dos dados recolhidos recorreu-se ao uso do *Statistical Package for Social Science* (SPSS) que é uma ferramenta estatística de processamento de dados.

---

<sup>6</sup> O questionário foi efectuado a uma amostra de 270 vendedores de diferentes mercados seleccionados de um universo de cerca de 7.320 (dados do Concelho Municipal da Cidade do Maputo) (questionário 2, em anexo).

<sup>7</sup> O conceito de *XITIQUE* é abordado na Capítulo 2.

## 2. Revisão de Literatura

### 2.1. Parte Conceptual

Neste espaço apresentar-se-ão definições de termos que se julga serem relevantes para a execução do presente trabalho.

#### 2.1.1. Microfinanças

*Microfinanças* é uma “actividade que consiste na prestação de serviços financeiros essencialmente em operações de reduzida e média dimensão” (alínea j, do art. 1 da Lei 9/2004 de 21 de Julho)<sup>8</sup>.

LEDGERWOOD (1991:1) *apud*<sup>9</sup> LAICE (2000), define microfinanças como a prestação de “serviços financeiros (basicamente microcréditos e micropoupanças)” a agentes económicos “de baixo rendimento”, incluindo os auto-empregados nos sectores formal ou informal” com o intuito de promover o desenvolvimento e erradicar a pobreza.

Por sua vez, ROBINSON (2001) acredita que microfinanças se referem aos “serviços financeiros de pequena escala – primeiramente crédito e poupança – fornecidos a camponeses ou pescadores ou pastores; que operam em pequenos empreendimentos ou pequenas empresas onde bens são produzidos, reciclados, reparados ou vendidos; aos que providenciam serviços, aos que trabalham para obter salários ou comissões; aos que ganham rendimentos por alugar pequenas porções de terra, veículos, charruas, ou maquinaria e

---

<sup>8</sup> Lei 9/2004, de 21 de Julho, das instituições de crédito e sociedades financeiras (...).

<sup>9</sup> Segundo Jung (2004), *Apud* é uma palavra latina que significa segundo, conforme, de acordo com – indica que o primeiro autor foi citado pelo segundo.

ferramentas; e a outros indivíduos e grupos nas zonas locais dos países em desenvolvimento, rurais e urbanos”.

Nota-se nestas três definições que microfinanças consistem na prestação de serviços financeiros a “indivíduos pobres”. No entanto, deve-se notar que as definições salientam que as IMF's também prestam serviços de micropoupanças reforçando a afirmação de os pobres precisam destes serviços.

Uma vez que efectuar-se-á uma pesquisa nos mercados, importa perceber-se o seu significado.

### 2.1.2. Mercado

O Município, através do documento legal intitulado “Postura sobre os mercados”, define “**mercado** como instalações, em locais vedados ou não, nas quais muitos vendedores ou produtores promovem a venda ou facilitam a aquisição de géneros frescos destinados ao abastecimento da cidade, e transitoriamente, de quinilharias e especiarias nos termos das disposições constantes desta postura”.<sup>10</sup> Por outro lado, o mesmo dispositivo legal refere que “estabelece **mercado** aquele que faculta a outrem, em estabelecimento, casa ou prédio, de qualquer natureza que aí possa expor à venda os géneros ou artigos referidos no artigo 1º<sup>11</sup> e igualmente aqueles que por conta de outros vendem em seu estabelecimento os mesmos artigos ou géneros não sendo à comissão”.<sup>12</sup>

Note-se que nestas duas definições mercado trata-se de um local físico, no entanto, este pode ser também virtual como mostra a definição que se segue:

---

<sup>10</sup> Postura Sobre os Mercados (1965: 5).

<sup>11</sup> Refere-se ao artigo citado no parágrafo anterior.

<sup>12</sup> *Ibidem*, loc. Cit.

“Um **mercado** é um mecanismo que permite às pessoas realizar trocas, normalmente reguladas pela lei da procura e oferta”.<sup>13</sup>

O presente estudo foi feito em mercados definidos segundo a postura dos mercados.

### **2.1.3. Poupança e Depósito Bancário**

Quando um indivíduo leva a sua poupança para uma instituição financeira, faz com que surja o que se chama depósito bancário, portanto, a poupança dos agentes económicos e os depósitos bancários são duas faces da mesma moeda. Eis algumas definições:

Falar-se-á primeiro da poupança:

“A poupança, em economia, é a parte da renda da população que não é gasta com consumo.”<sup>14</sup>

Poupança em contabilidade é assumida como a parte do rendimento disponível não utilizada para consumo final pela unidade ou sector institucional (CGD, 1995:40).

Poupança: diferença entre o rendimento disponível e o consumo, isto é, é a parte do rendimento que não é consumida (Samuelson 1988:154).

Todas estas definições têm em comum o facto de a poupança ser a parte do rendimento que o agente económico não usou para efectuar as suas despesas (ou melhor, para o consumo).

---

<sup>13</sup> <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mercado>

<sup>14</sup> <http://www.estadao.com.br> visto aos 09/11/06.



Por sua vez, designa-se depósito ao “contrato pelo qual uma entidade recebe fundos de outra, ficando com o direito de deles dispor para os seus negócios e assumindo a responsabilidade de restituir otro (sic.<sup>15</sup>) outro tanto, com ou sem juro, no prazo convencionado ou a pedido do depositante” (alínea g, do art. 1 da Lei 9/2004 de 21 de Julho)<sup>16</sup>.

## **2.1.4. Sector Financeiro Formal e Sector Financeiro Informal**

### 2.1.4.1. Sector Financeiro Formal

“Na maioria dos países em desenvolvimento, os sistemas financeiros são caracterizados pela coexistência e funcionamento lado a lado de um sector formal e outro informal, portanto uma situação típica de dualismo financeiro. O sector formal é um sector organizado, mas orientado para as zonas urbanas visando as actividades monetarizadas e modernas da economia. O sector informal ocupa-se das esferas tradicional, rural e não monetarizadas da economia e actua numa escala restrita, tendo uma natureza limitante pois assenta em regras sociais de relações pessoais. Contudo, a linha divisória entre estes dois subsistemas não apresenta um corte nítido” (Rodrigues 1994:42 *apud* Bila 1999).

### 2.1.4.2. Sector Financeiro Informal

Sector informal “é o segmento da economia onde ocorre a prática de actividades legalmente permitidas ou pelo menos não expressamente proibidas por lei, mas que para além de não estarem registadas, quer para fins tributários oficiais, como para efeitos de cadastro comercial, estão fora das estatísticas oficiais do país, o que significa que é um sector onde funciona à margem do controlo estatístico/contabilístico e fiscal” (Navalha 2000:4).

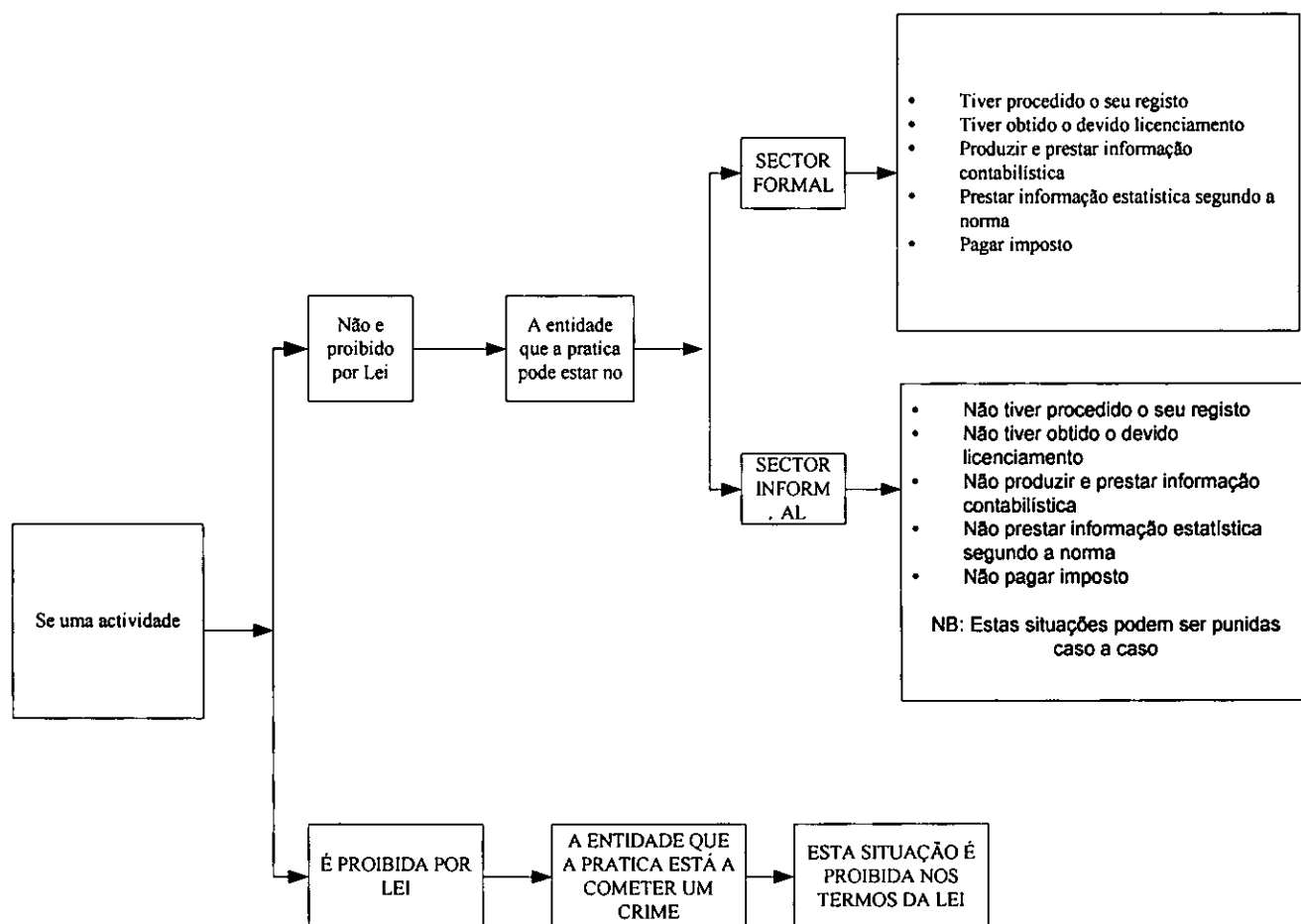
---

<sup>15</sup> Segundo Jung (2004), *sic.* é uma expressão utilizada para destacar erros gráficos ou de outra natureza, informando ao leitor que estava assim mesmo no texto original.

<sup>16</sup> Lei das instituições de crédito e sociedades financeiras.

Esta definição mostra claramente que as actividades realizadas no sector informal não estão a margem da lei; são apenas actividades que não estão registradas nas estatísticas nacionais. Para um melhor entendimento atente à figura a seguir:

**Figura 01: Identificação de Actividades do Sector Informal**



Fonte: Navalha (2000:17).

## **2.2. Formas Tradicionais e Informais de Poupança**

Chidzero et al (1998) e SNV (1996) (*apud* Faria, 2000) afirmam que as famílias rurais poupam de diferentes formas:

- *Xitique*: forma de poupança que se caracteriza pela contribuição individual de um valor previamente acordado entre os componentes de um grupo para ser entregue, de forma rotativa a cada um deles. Este é o chamado *xitique* colectivo.
- *Cobrador*: forma de poupança/crédito, resultante do acordo de um grupo, que consiste em confiar à uma determinada pessoa (o cobrador) o valor recolhido a todos os membros, o qual é depois dado por empréstimo à um determinado indivíduo sendo posteriormente devolvido por este, na totalidade, um mês depois sem quaisquer ónus para o beneficiário, esta prática é comum em relação às vendedoras dos mercados. Este é o chamado *xitique* cobrador.

Além destas formas de canalização de poupanças rurais informais existem outras, como é o caso das Associações funerárias<sup>17</sup>. Neste trabalho a análise está centrada no *Xitique*.

## **2.3 Razões da Preferência pela Canalização de Poupanças através de Mecanismos Informais**

A pergunta que se coloca é a seguinte: porque é que as pessoas recorrem às unidades financeiras informais para a colocação dos seus depósitos enquanto existem as instituições formais?

---

<sup>17</sup> Athmer, G. et al. (2006: 28)

No caso particular dos depositantes em África, são seguintes os problemas que se lhes colocam (Aryeetey 1995 *apud* Coelho 2000:77):

- Altos custos de transacção da poupança junto ao sector formal, em especial o tempo gasto na execução dessas operações, devido ao congestionamento do atendimento dos bancos e à excessiva burocratização das transacções;
- Os que têm a ver com a incerteza no relacionamento com os sistemas formais, nomeadamente devido à forte intervenção do Estado nas instituições, como o confirma a Global Coalition for África (1993) ao atribuir o baixo nível de poupança formal na maioria dos países africanos à falta de confiança nestes sistemas; e
- Há também pouca receptividade dos bancos para este tipo de aforradores (africanos), face ao baixo nível de rendimentos (e correspondentes depósitos) e à grande frequência de depósitos de notas deterioradas e sujas, o que desencoraja os mesmos a dirigirem-se a estas instituições.

Por seu turno Navalha (2000:20) advoga que são seguintes as razões da preferência pela canalização de poupanças através de mecanismos informais em Moçambique:

- O facto de os vendedores de baixo rendimento não terem nenhum acesso aos serviços do sistema, particularmente os de depósito, devido à reduzida cobertura geográfica da rede de bancos existentes;
- Muita burocracia nas operações bancárias; e
- O baixo nível académico da maioria dos vendedores não lhes permite preencher correctamente todos os formulários exigidos pelas instituições licenciadas em Moçambique.

Os dois autores convergem ao afirmarem que há muita burocracia nas transacções efectuadas pelas instituições formais.

## **2.4. Enquadramento Legal de Microfinanças em Moçambique**

Em Moçambique, as IMF's são autorizadas a captar depósitos, ou seja, a realizar operações bancárias restritas, nos termos referidos pela lei 9/2004, de 21 de Julho (B.R. nº 29, I Série), Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras, que é a adenda à Lei 15/99, de 1 de Novembro (B.R. nº 43, I Série, 4º Suplemento). As IMF's são regidas pelo Regulamento das Microfinanças (RMF's) aprovado pelo Decreto nº 57/2004, de 10 de Dezembro (B. R. nº 48, I Série, 2º Suplemento).<sup>18</sup>

## **2.5. Caracterização das IMF's Seleccionadas e dos Agenciadores de Xitique**

De uma forma geral, as IMF's apresentam-se com características semelhantes por estarem centradas em operações de montantes reduzidos de entidades de "baixa renda". A seguir faz-se uma relação e caracterização de quatro instituições de microfinanças para se compreender, comparativamente as suas características. As variáveis mais importantes que se procura avaliar são: génese; tamanho geográfico da instituição<sup>19</sup>; serviços prestados e as respectivas condições para os clientes acederem a estes, o tipo de clientes que cada instituição possui, as dificuldades que cada uma das instituições enfrenta e por fim o tipo de relacionamento que estas instituições mantêm com os agenciadores de *xitique*. Uma vez que os agenciadores são concorrentes das IMF's importa saber mais a cerca destes.

---

<sup>18</sup> [www.bancomoc.mz](http://www.bancomoc.mz) - visto em 12/10/06).

<sup>19</sup> O que se pretende com esta variável é saber quantas agências o banco possui.

### **2.5.1. NOVOBANCO, S.A.R.L (a partir de 2007 BANCO PROCREDIT, S.A.R.L.)**

O NovoBanco S.A.R.L (agora Banco Procredit, S.A.R.L.) foi fundado em Novembro de 2000<sup>20</sup>. O NovoBanco é a maior instituição de microfinanças operando em Moçambique. De notar que quando esta abriu tinha um estatuto de uma instituição microfinanceira e em 2004 passou a ser um banco comercial regular que visa os micro empresários.<sup>21</sup> Esta instituição detém cerca de 19% do total de clientes de microfinanças e 46% do total da respectiva carteira de crédito.<sup>22</sup>

Até Dezembro de 2006, a instituição contava com as seguintes agências: Fajardo, Xipamanine, 25 de Junho, Baixa, Beira Maquinino, Nampula, Chimoio, Matola, Beira Chaimite (esta última aberta em Dezembro de 2006).

Até Dezembro de 2001, o NovoBanco dedicava-se à concessão de créditos como único produto e serviço; no entanto, nos finais de 2001 lançou-se o projecto de poupança – contas correntes e a prazo; foram seguindo-se várias inovações a partir desse ano com lançamento de vários subprodutos de crédito e poupança. De uma forma geral, são seguintes os serviços prestados pela instituição: crédito para micro; pequenas e médias empresas (com taxas de juro que variam entre 3 a 6.50%); crédito para habitação (com taxas que variam de 4.80 a 6.00%); contas cheques para particulares, empresas e associações; depósitos a prazo; contas poupanças; serviços de pagamento de água;

---

<sup>20</sup> Anual Report (2005:8)

<sup>21</sup> Athmer, et al. 2006:34: O mercado microfinanceiro em Maputo, Moçambique: Oferta, Procura e Impacto. Relatório de síntese encomendado pela Plataforma dos Países Baixos para as Microfinanças no âmbito do estudo de avaliação da pobreza e do impacto em Moçambique de três instituições parceiras de membros da referida plataforma.

<sup>22</sup> [www.cpsfr](http://www.cpsfr) Visto aos 22/11/06.

transferências nacionais; compra e venda de moeda; transferências *western union*; descoberto bancário e garantias bancárias.<sup>23</sup>

O banco tem todo o tipo de clientes entre particulares; comerciantes; igrejas e associações. Para a abertura de uma conta poupança, a instituição exige a apresentação do Bilhete de Identidade (BI) e o gestor é quem preenche o formulário. Para o caso dos analfabetos, a instituição faz o *Scan* da foto tipo passe do cliente e recolhe as suas impressões digitais. O cliente deve apresentar também um montante mínimo de 100.00 MZN para o saldo inicial e 60.00 MZN para custear o cartão de identificação, de salientar que esta conta é isenta de custos de manutenção. Na conta poupança, o prazo mínimo de bónus é de 06 meses; o primeiro levantamento efectuado na conta é grátis e a partir do segundo o cliente é cobrado 30.00 MZN.<sup>24</sup>

Não foram fornecidas informações referentes às dificuldades enfrentadas pela instituição.

### **2.5.2. Sociedade de Crédito de Moçambique, S.A.R.L. – SOCREMO (GPE/GTZ)**

A SOCREMO iniciou as suas actividades em 1999 embora tenha sido criada em 1998. Tem como génese o projecto GPE/GTZ<sup>25</sup> (em 1992) cujo objectivo era conceder crédito e realizar acções de formação empresarial a moçambicanos que voltavam da República Democrática Alemã (RDA).<sup>26</sup> Em 2005 deixa de ser uma instituição microfinanceira e passa a ser um banco de microfinanças.<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Segundo o preçário que nos foi fornecido no âmbito da entrevista efectuada.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Gabinete de Promoção de Emprego.

<sup>26</sup> Bila, A.G. V. (1999:72).

<sup>27</sup> Athmer, G. at al (2006:34).

A instituição iniciou as suas actividades com o fornecimento de créditos a clientes, no entanto, em 2005 introduziu a conta a ordem e o depósito a prazo e em 2006 a conta poupança. Actualmente, os tipos de produtos de poupança que a instituição tem são: Poupança Conta Contigo e Conta Futuro. O volume de poupanças da instituição tem uma tendência crescente.

A taxa de juro média mensal de crédito é de 5.50%; as taxas de juro são determinadas em função das indexantes do mercado; estrutura interna dos custos e as taxas determinadas pelo Banco Central.

A SOCREMO conta com diversos tipos de clientes: micro empresários; particulares e pequenas e médias empresas.

Os requisitos exigidos pela instituição para a abertura de uma conta poupança são: montante mínimo de 100.00 MZN; Bilhete de Identidade e para o caso dos clientes que não sabem escrever (no âmbito das assinaturas dos documentos), pode usar as impressões digitais. Note-se que o cliente não paga custos de manutenção.

Os entraves que a instituição enfrenta são os seguintes:

- Imagem (*status*): normalmente os indivíduos quando olham para uma IMF pensam em obtenção de crédito e não efectuação de depósitos. Também sentem-se muito orgulhosos quando têm uma conta num banco comercial do que numa IMF; e
- Falta de meios alternativos: o facto de a instituição estar a prestar serviços principalmente a indivíduos de “baixa renda” obriga que a instituição pratique preços baixos, caso contrário não irá atingir os seus segmentos. Não pode inovar muito porque a inovação acarreta custos elevados.



Para a instituição angariar mais depósitos, por parte dos vendedores, manda os seus gestores de clientes aos mercados para fazer a promoção dos seus produtos – a instituição não coopera com os agenciadores de *xitique*, no entanto tem relações com os chefes de mercado.<sup>28</sup>

A instituição tem como projectos futuros os seguintes: abertura de novas agências (maior cobertura nacional); introdução das ATM's; transferências internacionais; contas cheques e compra e venda de moeda.

Até Dezembro de 2006, a Socremo contava com as seguintes agências: Baixa; Xipamanine; Praça dos Combatentes; Matola; Chimoio e Beira.

### **2.5.3. TCHUMA – Cooperativa de Crédito e Poupança, S.C.R.L.**

A *Tchuma* é uma IMF sob forma de Cooperativa de Crédito e Poupança. Nas línguas Bantu *Tchuma* significa riqueza, dinheiro ou fortuna. Foi criada em 1999 para apoiar o sector informal (sector constituído pelos que tendo iniciativas e actividades em curso carecem de recursos adicionais, mas dadas as restrições de acesso ao crédito nos bancos clássicos do sistema financeiro moçambicano, não podem de nenhuma outra forma ter acesso a empréstimos para o desenvolvimento das suas pequenas actividades).

Até Dezembro de 2006, a instituição contava com as seguintes agências: Matola; Praça dos Combatentes; 24 de Julho e Infulene<sup>29</sup>.

Esta instituição concede créditos e capta poupanças dos seus associados, isto significa que esta instituição presta serviços financeiros exclusivamente aos seus sócios<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Informação fornecida na entrevista feita nesta instituição (Dezembro de 2006).

<sup>29</sup> Idem.

Entre outros, esta instituição conta com o seguinte tipo de clientes: vendedores de mercado, pequenos negociantes, criadores de galinhas, donos de quiosques, pequenos produtores (carpinteiros, sapateiros, costureiras, horticultores e outras actividades envolvendo poucos volumes de capital) e assalariados<sup>31</sup>.

Para a abertura e movimentação de uma conta poupança é preciso que se preencha os seguintes requisitos: ser sócio da instituição (tem que pagar 100.00 MZN em que 80.00 MZN é jóia e 20.00 MZN corresponde ao valor de duas acções), uma fotocópia de BI ou outros documentos autorizados pelo Decreto 1/2006 publicado no 2º suplemento, 1ª série de 28 de Fevereiro.<sup>32</sup>

A instituição começou a prestar serviços de captação de poupanças em Março de 2003 na agência da Matola, em Julho de 2004 na agência da Praça dos Combatentes, na agência da avenida 24 de Julho em Novembro do mesmo ano, e na agência de Infulene em Abril de 2005; de salientar que ainda não dispõe de serviços de poupança a prazo. A instituição promove os seus produtos através de gestores de clientes que vão aos postos administrativos e falam com os chefes dos postos. Os gestores de clientes normalmente fazem palestras para

---

<sup>30</sup> São sócios da Tchuma todas as pessoas singulares ou colectivas de natureza pública ou privada, que aceitem os estatutos desta instituição e satisfaçam os requisitos de realização de capital estatutariamente estabelecidos.

<sup>31</sup> Informação fornecida na entrevista feita nesta instituição.

<sup>32</sup> Para efeitos de identificação e do disposto no nº 7 do artigo 10 da lei nº 7/2002, de 05 de Fevereiro, são tidos por documentos oficiais, os seguintes: Bilhete de Identidade; Recibo de Bilhete de Identidade devidamente acompanhado, nomeadamente, de Cédula Pessoal ou Certidão Narrativa Completa de Registo de Nascimento; Passaporte, tanto para cidadãos nacionais como para estrangeiros residentes e não residentes; Cartão de recenseamento eleitoral; Cédula militar; Cartão de identificação de refugiado; Carta de condução; e Cartão de identificação de beneficiários de segurança social.

os créditos em grupos solidários e, contactos individuais, nos locais de negócios destes, para os créditos individuais.<sup>33</sup>

A taxa de juro média mensal de poupança varia de 0 a 15.00%.<sup>34</sup>

A instituição tem como dificuldades o facto de ainda não dispor de um pacote capaz de colocar os seus produtos de poupança já desenhados desde a altura do lançamento do produto de poupança à ordem em 2003; ainda se usa cadernetas e não cheques e o facto de ainda não estar a usar uma estratégia de *marketing* rígida (*spots* publicitários na televisão, rádio, etc.). Esta situação ocorria devido ao facto de uma estratégia de *marketing* rígida comportar custos onerosos.<sup>35</sup>

Para fazer face ao sector informal, a instituição procura mostrar aos potenciais clientes, as vantagens de colocar o seu dinheiro numa instituição financeira credível e que os mecanismos informais comportam elevado risco.

A instituição não estabelece nenhuma ligação com os agenciadores de *xitique*, primeiro por considerar difícil pelo facto de estes normalmente depositarem o seu dinheiro a título individual; segundo, porque a instituição está interessada em que cada um dos contribuintes se desloque individualmente para depositar as suas poupanças na mesma.

#### **2.5.4. Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L. – (BOM)**

O Banco Oportunidade de Moçambique, S.A.R.L. (BOM) estabeleceu-se 2004, no entanto, apenas em Março de 2005 recebeu do Banco Central a sua licença comercial bancária. Com sede em Maputo e dependências nas cidades de

---

<sup>33</sup> Segundo a entrevista efectuada na instituição em Dezembro de 2006.

<sup>34</sup> Idem.

<sup>35</sup> Idem.

Chimoio, Beira e Quelimane, até Dezembro de 2006. Tem como principais fontes de financiamento: o capital social, as poupanças, os empréstimos e os subsídios.<sup>36</sup>

Fornece os seguintes produtos: empréstimos individuais; empréstimos para grupos solidários; empréstimos ao *trust bank* (banco de confiança); empréstimos para trabalhadores; contas de transacção; contas de poupança e contratos de depósitos a prazo.<sup>37</sup>

Para a abertura de uma conta poupança a instituição exige os seguintes requisitos: valor mínimo de 100.00 MZN e a fotocópia do BI. Os encargos inerentes a este tipo de contas são: a partir da segunda transacção de débito a efectuar a cada mês o cliente paga 10.00 MZN; em cada final do mês o cliente é descontado 1.00 MZN para a manutenção da conta (valor este que ascende a 10.00 MZN, se o saldo da conta for mínimo) e para o encerramento da conta, o cliente é descontado 50.00 MZN. As taxas de juro das contas de poupança variam de 0 a 9%.<sup>38</sup>

A maior parte dos clientes da instituição são indivíduos com auto emprego. As taxas de juro de crédito variam de 2 a 6%. Quem determina as taxas de juro é o Conselho de Administração de acordo com o alvo que se pretende atingir; as taxas determinadas pelo Banco Central e as taxas dos concorrentes.<sup>39</sup>

No âmbito da captação de poupanças a instituição depara com as seguintes dificuldades: educar os potenciais poupadores sobre a importância do acto de poupar; ganhar confiança destes (o que passa necessariamente por fornecer

---

<sup>36</sup> Segunda a entrevista efectuada à Supervisora dos Serviços de Clientes em Dezembro de 2006.

<sup>37</sup> Idem.

<sup>38</sup> Idem.

<sup>39</sup> Idem.

explicações sobre a importância de ter uma conta bancária) e estabelecer a cultura de poupar com consistência.<sup>40</sup>

Para fazer face à concorrência do sector informal, o BOM promove campanhas de *marketing* dentro do mercado (publicidade na Rádio Moçambique); dentro do banco existe um concurso para onde o funcionário que angariar mais clientes ganha um prémio no final do ano; os funcionários são preparados para fornecerem um bom atendimento aos clientes.<sup>41</sup>

Até Dezembro de 2006, o BOM planeava introduzir alguns serviços inovadores, entre eles a banca móvel<sup>42</sup>, que iria permitir a prestação de serviços financeiros em zonas periféricas e rurais. Esta tecnologia está em consonância com os esforços que têm sido empreendidos pelas autoridades competentes, com vista a expansão da prestação de serviços financeiros para as zonas rurais e grupos mais desfavorecidos.<sup>43</sup>

### **2.5.5. Características Comuns**

Da caracterização das quatro instituições verificou-se o seguinte:

- As quatro IMF's prestam serviços a indivíduos de "baixa renda", não obstante também prestarem serviços a indivíduos de "renda elevada" e a instituições e associações. De notar que o NovoBanco e a Socremo já transformaram-se em bancos comerciais;
- As quatro IMF's exigem como saldo mínimo para a abertura de uma conta poupança 100.00 MZN, apresentação do documento de identificação. Todas apresentam procedimentos alternativos para os clientes que não sabem escrever;

---

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> Idem.

<sup>42</sup> Segundo a instituição, a banca móvel foi introduzida em 2007, na província de Manica.

<sup>43</sup> [www.bancomoc.mz](http://www.bancomoc.mz) visto aos 22/11/06.

- As quatro IMF's têm uma baixa cobertura geográfica (entretanto todas pretendem aumentar a área de cobertura); e
- Nenhuma das instituições coopera com os agenciadores de *xitique*.

### 2.5.6. Perfil dos Agenciadores de Xitique

*Agenciadores de xitique* são agentes singulares e informais que se dedicam à colecta e controle do *xitique*. Fez-se um inquérito a seis<sup>44</sup> agenciadores de *xitique* para entender melhor a sua actividade e saber mais sobre o seu perfil. Veja os resultados da pesquisa a seguir:

- Para cinco dos inquiridos, o factor determinante para que a captação de poupanças se transformasse na sua actividade profissional foi o facto de amigos e colegas vendedores, ao verem o seu comportamento e depositarem uma certa confiança na sua pessoa, lhe terem solicitado para guardar o seu dinheiro e devolvê-lo findo certo prazo;
- Os agenciadores têm como equipamento de trabalho basicamente caderno e caneta; entretanto, alguns usam também um cartão que compram nas papelarias a 2.00 MZN e fornecem aos seus contribuintes;
- Durante a análise verificou-se que um agenciador não tem o nível primário completo, quatro têm o nível primário completo e um tem o nível básico;
- Os agenciadores normalmente não têm licença de actividade nem pagam imposto por realizar esta actividade;
- A captação de poupanças é diária, no entanto pode ser irregular dependendo da disponibilidade financeira do contribuidor;

---

<sup>44</sup>A amostra foi retirada de um universo não conhecido uma vez que nem o Conselho Municipal nem os responsáveis de cada mercado não estavam em condições de fornecer o número de agenciadores existentes.

- Em média os agenciadores praticam esta actividade a sete anos (sendo que o mais antigo está nesta actividade há vinte e dois anos e o mais recente há três);
- Normalmente eles não têm trabalhadores no campo;
- Cada um tem em média trinta e sete clientes e o montante de contribuição por cliente é variável. Todos exigem como montante mínimo de contribuição diária por cliente 10.00 MZN. No entanto, a contribuição máxima diária fornecida por cliente varia entre 20.00 a 100.00 MZN;
- Constatou-se que cinco agenciadores depositam o dinheiro no banco e um preferiu não responder; e
- A sua remuneração é feita da seguinte forma: depois de o cliente completar 30 prestações diárias, o tesoureiro devolve-lhe o dinheiro e retém para si uma prestação. Se o cliente precisar do seu dinheiro antes de completar 30 prestações, este é lhe devolvido, no entanto o tesoureiro retém para si uma prestação. Este tipo de *xitique* enquadra-se no chamado *xitique* cobrador.

Dos resultados obtidos, pode verificar-se que, os agenciadores apresentam vantagens em relação às IMF's pelo facto de: primeiro, suportarem um custo fixo muito baixo (cadernetas; canetas; cartões e não precisam pagar salários nem renda para instalações, uma vez que usam as barracas/bancas onde vendem seus produtos para realizarem essa actividade); segundo, o valor mínimo que estes exigem como saldo inicial (10.00 MZN) é dez vezes inferior ao exigido pelas IMF's (100.00 MZN). No entanto, estas perdem em detrimento às IMF's pelo facto de comportarem um grande risco para os poupadores (em caso de falecimento do agenciador ou este ser assaltado, os poupadores poderão não reaver o seu dinheiro)

### 3. Resultados da Pesquisa

O estudo de caso abrange os importadores (*mukeristas*) não ambulantes do mercado Malanga, os vendedores ambulantes; os vendedores do mercado de Malhazine; Hulene; Central; Xipamanine; Janet; Fajardo; Malanga e da Praça dos Combatentes.

A seguir apresentar-se-á a determinação do tamanho da amostra e o estudo de caso para o presente trabalho.

#### 3.1. Determinação do Tamanho da Amostra

O levantamento sobre o número de vendedores feito pelo Conselho Municipal, durante os meses de Junho e Julho de 2005, indica que existem, no Município de Maputo, 59 mercados entre municipais e informais. No entanto, para permitir uma melhor operacionalização e gestão, a Direcção do Município procedeu a sua reclassificação passando de 59 para 25 e os restantes são considerados satélites dos mercados principais.<sup>45</sup>

Na tabela 01, a seguir, apresentam-se os mercados seleccionados para o estudo de caso (como já foi referido, estes mercados foram seleccionados de modo a englobarem diferentes perfis de vendedores – vendedores de mercados grandes; mercados pequenos; mercados que se localizam nos subúrbios; etc - para que se obtenha resultados mais realísticos), os respectivos números de vendedores, número de barracas e bancas ocupadas/desocupadas e a sua classificação de acordo com o Conselho Municipal de Maputo.

---

<sup>45</sup> Fonte: Conselho Municipal de Maputo (2006).



**Tabela 01: Relação de mercados e número de vendedores**

<i>Mercado</i>	<i>Nº de vendedores (unidades)</i>	<i>Nº de barracas e bancas ocupadas (unidades)</i>	<i>Nº de barracas e bancas desocupadas (unidades)</i>	<i>Classificação</i>
Xipamanine Formal	1,127	1,127	49	Grupo A
Xipamanine Informal	1,004	1,004	171	Informal
Central	516	-	-	Grupo A
Janet	436	436	227	Grupo A
Malanga	255	255	43	Grupo B
Hulene	41	41	84	Grupo B
Malhazine	57	57	40	Grupo C
Praça dos Combatentes	967	967	340	Informal
Fajardo Formal	142	142	34	Grupo B
Fajardo Informal	253	253	-	Informal
Vendedores Ambulantes	2,500	-	-	-
Importadores/ M. Grossista da Malanga	22	-	-	-
<b>Total</b>	<b>7,320</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

*Fonte: Conselho Municipal de Maputo, dados de Junho de 2006*

Para a determinação do tamanho da amostra, assumiu-se um erro padrão de amostragem<sup>46</sup> igual a 2.2% que corresponde a um nível de confiança de 95.4% nos resultados obtidos; pelo que, o tamanho da amostra calculada foi de 270 vendedores numa população de 7,320 (o que representa 3.69% da população total). Para a selecção dos vendedores a inquirir recorreu-se ao método de amostragem aleatória sem reposição<sup>47</sup>.

Como ilustra a tabela 02, a seguir, para que a amostra seja representativa em todos os mercados, optou-se por classificá-los em 5 níveis em função do número de vendedores que se encontra em cada um. Em seguida, atribuiu-se a quantidade de inquéritos a efectuar em cada nível e calculou-se o número de vendedores a inquirir em cada mercado de acordo com a proporção de vendedores do mercado dentro do nível. Note-se que, quanto aos vendedores ambulantes, apesar de existirem em número elevado, foi seleccionada uma amostra reduzida pelo facto de estarem dispersos. Quanto aos importadores do mercado Malanga, considera-se que estes merecem uma atenção especial porque, apesar de existirem em número relativamente reduzido, eles movimentam "elevadas" somas de dinheiro).

---

<sup>46</sup> Segundo Gmuruman, V. E. (1993), o **erro padrão de amostragem ( $\Delta$ )**: caracteriza um intervalo entre o valor médio da população e da amostra com o nível da probabilidade da confiança.

$$\Delta = t\mu$$

Onde  $t$  é o **coeficiente de confiança** e encontra-se na base das tabelas dos valores da função integral de Laplace para as probabilidades correspondentes e  $\mu$  **Erro Médio da Amostragem**: caracteriza o intervalo médio entre a grandeza média do índice estudado na população e os valores médios correspondentes nas amostras.

<sup>47</sup> Segundo Gmuruman, V. E. (1993), a **amostragem sem reposição** verifica-se quando cada uma das unidades da população tem a mesma probabilidade de ser escolhida, porém, depois de escolhida não se pode devolver à população total (conjunto de unidades estudadas no total).

**Tabela 02: Estratificação da Amostra**

<i>Nível I</i>	<i>Nº de vendedores (unidades)</i>	<i>Percentagem no grupo</i>	<i>Nº de entrevistados (unidades)</i>
Xipamanine Formal	1,127	36.38	49
Xipamanine Informal	1,004	32.41	44
Praça dos Combatentes	967	31.21	42
<b>Sub-total</b>	<b>3,098</b>	<b>100.00</b>	<b>135</b>
<b>Nível II</b>			
Central	516	54.20	27
Janet	436	45.80	23
<b>Sub-total</b>	<b>952</b>	<b>100.00</b>	<b>50</b>
<b>Nível III</b>			
Malanga	255	39.23	17
Fajardo Informal	253	38.92	18
Fajardo Formal	142	21.85	10
<b>Sub-total</b>	<b>650</b>	<b>100.00</b>	<b>45</b>
<b>Nível IV</b>			
Hulene	41	41.84	8
Malhazine	57	58.16	12
<b>Sub-total</b>	<b>98</b>	<b>100.00</b>	<b>20</b>
<b>Nível V</b>			
Vendedores Ambulantes	2,500		10
Importadores ( <i>Mukeristas</i> ) / M.	22		10
Grossista da Malanga.			
<b>Sub-total</b>	<b>2,522</b>		<b>20</b>
<b>Total</b>	<b>7,320</b>	<b>3.69</b>	<b>270</b>

*Fonte: Construído pelo autor com base na tabela 01*

### 3.2. Perfil dos Vendedores

A aplicação do inquérito, no que concerne ao perfil dos vendedores, fornece os seguintes resultados:

#### 3.2.1. Volume de Poupanças

Como se pode ver na tabela 03, abaixo, a poupança total mensal para cada um dos mercados seleccionados varia de 30,750 MZN do mercado de Hulene para 3,300,250 MZN dos vendedores ambulantes.

Os importadores não ambulantes do mercado Malanga, o mercado Praça dos Combatentes e Janet apresentam os maiores níveis de poupança média individual. No entanto, nestes mercados verificam-se os mais elevados desvios padrão – o que evidencia uma grande desigualdade do nível de rendimentos entre os vendedores. O outro mercado com um alto desvio padrão é mercado Fajardo Informal.

**Tabela 03:** Volume de Poupança por mercado.

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Poupança média/mensal	Desvio Padrão	Nº de vendedores	Poupança total/mensal
Xipamanine Formal	1,154	1760.8	1,127	1,300,558
Xipamanine Informal	1,019	1068.4	1,004	1,023,076
Central	1,955	1999.4	516	1,008,780
Janet	2,541	6186.7	436	1,107,876
Malanga	532	266.6	255	135,660
Hulene	750	569.1	41	30,750
Malhazine	750	581	57	42,750
Praça dos Combatentes	3,224	5478.6	967	3,117,608
Fajardo Formal	1,405	1266.3	142	199,510
Fajardo Informal	1,878	4571.9	253	475,083
Vendedores Ambulantes	1,320	1093.8	2,500	3,300,250
Importadores/ M. Grossista da Malanga	4,261	4164.7	22	93,744
<b>Total</b>				<b>11,835,646</b>

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

O quadro acima vem reforçar a opinião do Navalha (2000) e contrariar a teoria advogada pelo Samuelson (1985) que diz que os pobres não poupam. Note-se que de acordo com os dados recolhidos 11% dos vendedores não poupam, conforme mostra a tabela 04, abaixo.

**Tabela 04:** Número de vendedores que não poupam.

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Nº dos que tem poupança nula	%
Xipamanine Formal	10	20
Xipamanine Informal	1	2
Central	2	7
Janet	5	22
Malanga	0	0
Hulene	1	13
Malhazine	2	17
Praça dos Combatentes	4	10
Fajardo Formal	2	20
Fajardo Informal	2	11
Vendedores Ambulantes	1	10
Importadores/ M. Grossista da Malanga	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>11</b>

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

Uma vez que está a se usar o método indutivo pode-se concluir que 11% da população total não poupam.

### 3.2.2. Lugar Onde a Poupança é Efectuada

Conforme a tabela 05 (parte I e II), em anexo, constata-se que apenas 2% dos vendedores depositam as suas poupanças em IMF's. A prática do *xitique* ocupa a primeira posição quanto ao local onde os vendedores depositam as suas poupanças (29%); seguindo-se um grupo que efectua depósitos em bancos comerciais (17%); ocupando a terceira posição o grupo que efectua depósitos em bancos e pratica *xitique* em simultâneo e os que preferem guardar em lugar

especial com 10% cada. Os vendedores também optam em outras formas de conservar as suas poupanças tais como: entregar alguém para guardar; outros fazem-no de outras formas que não constam como opção nos inquéritos e alguns utilizam várias formas duma só vez. Esta situação vem enfatizar a teoria de que nos países africanos existe uma preferência pela canalização de poupanças através de mecanismos informais (segundo Navalha, 2000 e Aryeetey, 1995 *apud* Coelho, 2000).

### 3.2.3. Causa da não Poupança em IMF's

Efectuou-se a análise dos vendedores que têm uma poupança mensal igual ou superior à 100.00 MZN e que, no entanto, não possuem uma conta numa IMF, para obter-se as razões da não abertura de uma conta bancária nestas instituições. Como pode se verificar na tabela 06, abaixo, em termos de volume de poupanças, os detentores de 49% da potencial poupança das IMF's afirmam que não têm conta porque não confiam nestas instituições; 20% alegam que não têm o Bilhete de Identidade;<sup>48</sup> 17% alegam falta de dinheiro,<sup>49</sup> 5% alegam falta de tempo para ir ao banco; 3% simplesmente não estão interessados em abrir uma conta bancária;<sup>50</sup> 2% reclamam o excesso de burocracia; 2% estão a pensar em abrir uma; 1% alegam o difícil acesso às IMF's por se encontrarem geograficamente distantes 1% alegam serem menores de idade<sup>51</sup>.

---

<sup>48</sup> Estes vendedores possuem outros documentos legalmente válidos.

<sup>49</sup> Estes vendedores alegam falta de dinheiro para a abertura de uma conta, no entanto a sua poupança mensal é igual ou superior a 100.00 MZN.

<sup>50</sup> Estes vendedores não estão interessados em abrir uma conta bancária numa IMF's, nem em nenhum outro banco.

<sup>51</sup> Os 2% representam apenas um indivíduo de 20 anos.

**Tabela 06: Causas da não abertura de uma conta nas IMF's**

Causas da não abertura de uma conta nas IMF's	Valor (MZN)	%
Falta de confiança	91,950	49
Falta de documentos de identificação	37,000	20
Falta de dinheiro	31,750	17
Falta de tempo	8,600	5
Falta de interesse	5,900	3
Excesso de burocracia	4,600	2
Fazem planos de abrir uma conta	2,500	2
Difícil acesso as IMF's (por causa da distancia)	2,400	1
Menor de idade	1,800	1
<b>Total</b>	<b>186,500</b>	<b>100</b>

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

### 3.2.3. Volume de Poupanças Efectuadas por Sexo

A tabela 11, adiante, mostra que 50.4% dos vendedores são mulheres; o que evidencia um certo equilíbrio entre o número de mulheres e de homens praticando esta actividade.

Entretanto, embora exista aproximadamente o mesmo número de homens e mulheres no universo dos vendedores, as mulheres contribuem em apenas 26% do volume total das poupanças; como pode se verificar na tabela 07, abaixo.

**Tabela 07: Volume de poupanças efectuadas pelas mulheres (Valores em MZN)**

<i>Nome do mercado/Tipo de vendedores</i>	<i>Poupança total dos inquiridos (Valores em MZN) – A</i>	<i>Poupança mensal das mulheres (Valores em MZN) – B</i>	<i>% na poupança total (C = B:A)</i>
Xipamanine Formal	46,150	8,500	18
Xipamanine Informal	22,420	12,170	54
Central	21,500	14,200	66
Janet	51,220	10,520	21
Malanga	9,050	7,250	80
Hulene	3,000	900	30
Malhazine	3,000	1,500	50
Praça dos Combatentes	112,850	18,550	16
Fajardo Formal	14,050	9,300	66
Fajardo Informal	33,800	3,150	9
Vendedores Ambulantes	13,200	200	2
Importadores/ M. Grossista da Malanga	38,350	8,100	21
<b>Total</b>	<b>368,590</b>	<b>94,340</b>	<b>26</b>

**Fonte:** Inquéritos efectuados aos vendedores.

Esta situação pode se dever ao facto de a realidade mostrar que as mulheres têm uma tendência de usar os seus rendimentos para comprar roupas, maquilhagens e quinquilharias para poderem estar mais elegantes enquanto que os homens têm a tendência de poupar para construir a sua habitação e sustentar a família uma vez que estes normalmente são os chefes de família.

### **3.2.4. Volume de Poupanças de Acordo com o Estado Civil**

Como se pode ver na tabela 08, em anexo, dentre os vendedores, há mais solteiros e indivíduos que vivem maritalmente. Por seu turno, na tabela 09, também em anexo, constata-se que, em termos de volume de poupanças, os solteiros pouparam mais (representando 41% do volume total da poupança), seguidos dos indivíduos que vivem maritalmente (30%), casados no civil (28%), divorciado (2%) e viúvo (1%). Esta situação provavelmente se deva ao facto de os solteiros ambicionarem casar-se e formar família – o que envolve custos, por isso se sentirem obrigados a poupar para fazer face a estas despesas; mas pode se dever também ao facto de os solteiros não terem muitas



responsabilidades como por exemplo: pagar propinas escolares para filhos; contas de energia e água; entres outras responsabilidades que os casados têm, pelo que, do seu rendimento sobra mais para servir de poupança.

### **3.2.5. Volume de Poupanças de Acordo com o Nível Académico**

A tabela 10, em anexo, mostra que apenas 7.4% dos vendedores nunca frequentaram uma escola (iletrados), 62.6% têm o nível primário completo ou menos, 24.4% com nível básico e apenas 0.4% com o nível superior. De notar que existem mais iletrados nos mercados Hulene e Malhazine (com 25% cada), no mercado Fajardo e vendedores ambulantes (com 20% cada).

Pode constatar-se ainda, na tabela 11, também em anexo, que indivíduos com nível básico poupam mais (36%); seguidos dos que têm o nível primário completo (35%); primário incompleto (11%); superior (8%); médio (6%) e iletrados (4%).

Esta situação vem contrariar a ideia apresentada por Navalha (2000), quando advoga que a maior parte dos vendedores são iletrados. Esta divergência de opiniões provavelmente deva-se ao facto de, desde o ano 2000 até ao momento, o nível de analfabetismo estar a baixar; ou pode dever-se também ao facto de o tamanho da amostra usada pelo referido autor ser menor (120 vendedores).

### **3.2.6. Volume de Poupanças de Acordo com a Faixa Etária**

Como pode-se verificar na tabela 12, abaixo, 71% das poupanças são efectuadas por jovens (0-35 anos) e os remanescentes 29% são efectuadas por adultos (36-60 anos); os velhos não poupam nada. Note-se que 55% dos jovens e 53% dos adultos praticam pelo menos um dos dois tipos de *xitique*, o que

mostra que existe uma grande aderência a esses serviços informais por parte dos vendedores do mercado.

**Tabela 12:** Volume de poupanças de acordo com a faixa etária.

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Jovens		Adultos		Velhos		Total	
	Valores em MZN	%	Valores em MZN	%	Valores em MZN	%	Valores em MZN	%
Xipamanine Formal	38,850	84	7,300	16	-	-	46,150	100
Xipamanine Informal	15,620	72	6,800	28	-	-	22,420	100
Central	11,500	53	10,000	47	-	-	21,500	100
Janet	15,950	31	35,270	69	-	-	51,220	100
Malanga	6,400	71	2,650	29	-	-	9,050	100
Hulene	600	20	2,400	80	-	-	3,000	100
Malhazine	1,500	50	1,500	50	-	-	3,000	100
Praça dos Combatentes	97,700	87	15,150	13	-	-	112,850	100
Fajardo Formal	7,650	54	6,400	46	-	-	14,050	100
Fajardo Informal	32,450	96	1,350	4	-	-	33,800	100
Vendedores Ambulantes	12,200	92	1,000	8	-	-	13,200	100
Importadores/ M. Grossista da Malanga	21,000	55	17,350	45	-	-	38,350	100
<b>Total</b>	<b>261,420</b>	<b>71</b>	<b>107,170</b>	<b>29</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>368,590</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados recolhidos nos mercados.

### 3.2.7. Documentos de Identificação

Conforme a tabela 13, abaixo, 94% dos vendedores têm documentos de identificação legalmente válidos, pelo que, a não abertura de contas bancárias não pode ser explicada pela falta de documentos de identificação.

### 3.2.8. Realização de outras Actividades Remuneradas

Regra geral, os vendedores não realizam outras actividades remuneradas. Apenas fogem à regra os importadores do mercado grossista da Malanga conhecidos como "mukeristas" com 60% destes com outras actividades remuneradas (vide a tabela 13, abaixo, para mais detalhes). A tabela 03, acima, mostra claramente que os "mukeristas" apresentam a maior poupança média mensal que pode ser explicada também por estes possuírem mais que uma actividade remunerada.

**Tabela 13:** Género, documentos de identificação e outras actividades remuneradas.

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Género				Documentos de identificação válida		Outra actividade remunerada	
	Fem.		Masc.		Nº	%	Nº	%
		%		%				
Xipamanine Formal	19	39	30	61	49	100	8	16
Xipamanine Informal	26	59	18	41	41	93	5	11
Central	12	44	15	56	27	100	6	22
Janet	15	65	8	35	21	74	3	13
Malanga	14	78	4	22	17	95	3	17
Hulene	6	75	2	25	7	88	1	13
Malhazine	12	100	0	0	12	100	1	8
Praça dos Combatentes	14	33	28	67	35	83	4	10
Fajardo Formal	8	80	2	20	10	100	2	20
Fajardo Informal	5	28	13	72	18	100	2	11
Vendedores Ambulantes	1	10	9	90	9	90	0	0
Importadores/ M. Grossista da Malanga	4	40	5	50	10	100	6	60
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>50</b>	<b>134</b>	<b>50</b>	<b>255</b>	<b>94</b>	<b>41</b>	<b>15</b>

Fonte: Dados recolhidos nos mercados.

### 3.2.9. Finalidade Primária das Poupanças dos Vendedores

A tabela 14, abaixo, mostra que 36% dos vendedores têm mais que uma finalidade para as suas poupanças, no entanto, a compra de mercadoria para a actividade comercial ocupa a primeira posição das alternativas apresentadas

(18%), seguido da poupança para construção/melhoria da habitação (16%), entre outras como: poupança para a compra de bens de consumo de alto valor, bens de consumo futuro; *stock* de riqueza; compra de equipamento para a actividade comercial; despesas imprevistas; entre outras alternativas.

**Tabela 14:** Finalidades primárias das poupanças dos vendedores informais.

Finalidade primaria da poupança	Valor (MZN)	%
Despesas imprevistas	2,300	1
Comprar equipamento para a actividade	6,350	1
Sem respostas	7,750	2
Stock de riqueza	8,000	2
Outras alternativas não apresentadas	27,900	8
Consumo futuro	28,300	8
Comprar bens de consumo de alto valor	29,150	8
Melhorar a habitação	58,620	16
Comprar mercadoria para a actividade	68,170	18
Mais que uma finalidade	132,050	36
<b>Total</b>	<b>368,590</b>	<b>100</b>

Fonte: Inquérito aos vendedores

## 4. Conclusões e Recomendações

### 4.1. Conclusões

Da análise feita, conclui-se o seguinte:

- O volume de poupança mensal total dos mercados seleccionados é de 11,835,646 MZN, sendo os vendedores ambulantes; os mercados Praça dos Combatentes e Xipamanine, os que apresentam os maiores volumes de poupança total. Verificou-se ainda que, dentre os vendedores, os que mais poupam são jovens do sexo masculino e solteiros;
- Apesar das estratégias levadas a cabo pelas IMF's, apenas 2% dos vendedores recorrem a estas instituições para efectuar depósitos; deslocando-se aos bancos comerciais quando pretendem serviços de uma instituição formal;
- Os vendedores alegam como causas da não abertura de uma conta poupança numa IMF's a falta de confiança nestas instituições; a falta de documentos de identidade; de dinheiro; de tempo; de interesse; o excesso de burocracia; entre outras;
- De acordo com o que os vendedores alegam ser a causa da não abertura de contas bancárias nas IMF's, pode-se concluir que existe falta de informação entre os vendedores sobre estas instituições. A falta de informação, acrescida à fraca cobertura das IMF's, contribui para que a procura dos serviços de poupança pelos vendedores nestas instituições seja muito baixa;
- O analfabetismo não constitui impedimento para a abertura de uma conta poupança numa IMF, pois todas têm formas adequadas de lidar com este tipo de clientes;
- Os mecanismos informais de canalização das poupanças incorporam um perigo muito grande para as poupanças dos vendedores em o caso de

falecimento ou desaparecimento do tesoureiro, em caso de assalto ou mesmo por má fé deste, podendo mostrar-se impossibilitado de reembolsar os valores monetários aos seus depositantes;

- As principais prioridades das poupanças dos vendedores são: compra de mercadoria para a expansão da sua actividade; construção e/ou melhoria da sua habitação e compra de bens de consumo de alto valor. De salientar que os vendedores têm mais que uma finalidade para as suas poupanças;
- A poupança média mensal individual dos vendedores é de 1,843.00 MZN. Pelo que, pode se concluir que, a maioria dos vendedores tem capacidade financeira para a abertura de uma conta poupança numa IMF's uma vez que o valor mínimo exigido por estas instituições é de 100.00 MZN. No entanto, os agenciadores de *xitique* constituem um concorrente muito forte para estas instituições devido ao facto de exigirem apenas uma tarifa diária mínima de 10.00 MZN e a "conveniência" que fornecem aos vendedores por irem ao encontro destes para obterem as suas poupanças (até Dezembro de 2006 apenas o BOM é que planeava introduzir nas zonas rurais um serviço semelhante a este); e
- Os importadores, vendedores do mercado Praça dos Combatentes e do mercado Janet apresentam a poupança média mensal individual mais elevada, respectivamente. Onde se pode concluir que, nesses mercados, alcançando poucos vendedores, as IMF's podem obter um grande volume de poupanças. Assim sendo, pode-se concluir que a Praça dos Combatentes é o único mercado que apresenta poupança média individual e poupança média total mensais elevadas em simultâneo.

## 4.2. Recomendações

Dadas as conclusões apresentadas acima, *coeteris paribus*,<sup>52</sup> para que as IMF's incrementem os seus depósitos através de poupanças de poupanças de vendedores da cidade de Maputo recomenda-se o seguinte:

- As IMF's devem estudar a possibilidade de criação de novos produtos de acordo com as finalidades primárias das poupanças dos vendedores com o objectivo de incentivá-los a abrirem uma conta poupança (como por exemplo: estas instituições poderão criar um serviço de poupança que ajude os clientes a acumular o valor necessário para a construção da sua habitação; isto é; de acordo com o custo da habitação a construir e o prazo de construção estabelecido, pode se determinar o valor que o vendedor deverá depositar por mês).
- As IMF's devem estudar a possibilidade de realizar uma estratégia de *marketing* mais "agressiva" (como por exemplo: *spots* publicitários na televisão; rádio e uso de panfletos) para angariar mais clientes (neste caso concreto, vendedores), visto que estes evidenciam falta de conhecimento dos serviços prestados pelas IMF's – a falta de confiança nestas instituições pode ser uma evidência desta falta de conhecimento – as IMF's devem mostrar aos vendedores que são instituições seguras. A estratégia de *marketing* deve focar-se especialmente nos jovens do sexo masculino e solteiros, visto que estes são os que mais poupam. O *marketing* deve ser discriminatório devido ao facto de os homens terem preferências e prioridades diferentes às das mulheres e vice-versa; o mesmo acontece com os indivíduos de acordo com a faixa etária e estado civil.

---

<sup>52</sup> Segundo <http://br.answers.yahoo.com.br/questions/index>, visto aos 12/05/08, *coeteris paribus* é sinónimo de *ceteris paribus* e significa mantendo o resto constante.

## 5. Bibliografia

ANUAL REPORT. 2005. NovoBanco-Mozambique.

ATHMER, G.; BEKKERS, H.; HUNGUANA, H.; MURAMBIRE, B. e VLETTER, F. 2006. O Mercado Micro-Financeiro em Maputo, Moçambique: *Oferta, Procura e Impacto – Um Estudo de Casos do NovoBanco, da Socremo e da Tchuma*. SI Editora.

BARAÑANO, A. M. 2004. Métodos e Técnicas de investigação em Gestão: *Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*. 1ª Edição. Edições Sílabo, Lda. Lisboa.

BILA, A.G.V. 1999. Estudo Comparativo sobre o Funcionamento das Instituições de Microfinanças em Maputo. Faculdade de Economia, UEM. Maputo. Trabalho de Licenciatura.

Caixa Geral de Depósitos. 1995. Poupança e Desenvolvimento.

COELHO, F. 2000. Sistemas Financeiros e Desenvolvimento Económico. Angola no Contexto Africano. 1ª Edição. Vega Editora. Lisboa.

FARIA, J.A.F. 2000. Poupanças Rurais em Moçambique: Tamanho, finalidade e definição de estratégias para sua mobilização – O Caso do Distrito de Boane. Faculdade de Economia, UEM. Maputo. Trabalho de Licenciatura.

GASPAR, J.A. e ADEGAS, M. M. 1973. Operações Bancárias. Livraria Clássica. Editora Lisboa.



GMURUMAN, V.E. (1993). Teoria das Probabilidades e Estatística Matemática. Editora MIR, Moscovo

GUIMARÃES, R. C. e CABRAL, J. A. S. 1997. Estatística. Editora McGRAM-HILL de Portugal. Edição Revisada.

Instituto de Formação Bancária de Moçambique. 2003. Principal Legislação.

JUNG, C. F. 2004. Metodologia Científica: Ênfase em Pesquisa Tecnológica. 4ª Edição.

LAICE, A. A. F. 2000. Evolução das Microfinanças em Moçambique: Ênfase no Microcrédito e na Gestão Financeira. Faculdade de Economia, UEM. Maputo. Trabalho de Licenciatura.

LEMOS. P. S/ ano. Rendimentos e poupança: Papeis de crédito. Editorial Pórtico Lisboa. S/ Ed.

MATCHOCO, Vasco L. S. 1995. O Depósito Bancário (Com Legislação Bancária Essencial). Serviços Editoriais, Lda.

Mozambique Microfinance Facility. 2003. Uma Central de Ricos para Instituições de Microfinanças. Boletim N° 1.

Mozambique Microfinance Facility. 2004. Poupanças: Um Serviço Essencial com Requisitos Prudenciais. Boletim N° 2.

Mozambique Microfinance Facility. 2005. Seguro de Depósito para Microfinanças: Boa Ideia? Ou despesa corrente desnecessária? Boletim N° 6.

NAVALHA, F. D. 2000. Captação de Poupanças Dentro do Sector Informal em Moçambique: O caso do Sector Informal Financeiro em Maputo. Faculdade de Economia, UEM. Maputo. Trabalho de Licenciatura.

ROBINSON, M. S. 2001. The Microfinance Revolution: Sustainable Finance for the Poor.

SAMUELSON, P. A. & NORDHAUS, W. D. 1985. Economia. McGRAW-HILL. Portugal.

SAMUELSON, P. A. & NORDHAUS, W. D. 1988. Economia. 12ª Edição. McGRAW-HILL. Portugal.

ZYL, C. 2003. Understanding South African Financial Markets. 1ª Edição.

### **Legislação**

Câmara Municipal de Lourenço Marques. Postura Sobre os Mercados. 29 de Maio 1965.

Decreto nº 1/2006, de 28 de Fevereiro: *Altera o artigo 8 do regulamento aprovado pelo Decreto número 37/2004 de 8 de Setembro*. Boletim da República. I Série – Número 8. Maputo.

Lei 9/2004, de 21 de Julho, *Lei da Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras*. Boletim da República I Série – Número 29. Maputo.

### **Endereços Electrónicos**

BANCO DE MOÇAMBIQUE. 2005. Traços Principais do Licenciamento e das Actividades das Instituições Microfinanceiras em Moçambique: Informação Geral Sobre Todos os Operadores de Microfinanças. Departamento de Supervisão Bancária. – Disponível em [www.bancomoc.mz](http://www.bancomoc.mz), visto aos 21/11/06.

<http://br.answers.yahoo.com/question/index>, visto aos 12/05/08.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Mercado>, visto aos 03/09/07.

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Método\\_indutivo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Método_indutivo), visto aos 12/09/07.

[www.cpcfr.org.mz](http://www.cpcfr.org.mz), visto aos 22/11/06

[www.mixmarket.org](http://www.mixmarket.org), visto aos 22/11/06

[www.africapfund.com](http://www.africapfund.com), visto aos 22/11/06

## **6. Anexos (Tabelas e Questionários)**

**Tabela 5 (parte I): Locais onde os vendedores depositam as suas poupanças**

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Nº dos que recorrem a IMF's	%	Depósito mensal nas IMF	Nº dos que praticam xitique	%	Depósito mensal no Xitique	Nº dos depositam num BC	%	Depósito mensal sos BC	Nº dos que escondem em lugar especial	%	Depósito mensal no lugar especial	Nº dos que entregam a alguém para guardar.	%	Valor mensal entregue a alguém para guardar
Xipamanine Formal	1	2	21,271	12	25	260,570	10	20	216,964	5	10	108,482	1	2	21,271
Xipamanine Informal	0	0	0	10	23	124,506	16	36	199,649	2	5	24,682	0	0	0
Central	3	11	45,912	7	26	107,129	5	19	76,521	2	8	30,608	0	0	0
Janet	0	0	0	1	4	41,772	2	9	84,516	1	4	41,772	1	4	41,772
Malanga	1	6	7,187	15	83	106,908	2	11	14,246	0	0	0	0	0	0
Hulene	0	0	0	3	38	5,836	0	0	0	0	0	0	2	25	3,891
Malhazine	0	0	0	5	42	6,085	0	0	0	2	17	2,437	0	0	0
Praça dos Combatentes	0	0	0	13	31	805,902	4	10	246,970	9	21	556,332	1	2	62,392
Fajardo Formal	0	0	0	4	40	79,804	1	10	19,951	1	10	19,951	0	0	0
Fajardo Informal	0	0	0	6	33	158,203	2	11	52,734	2	11	52,734	1	6	26,605
Vendedores Ambulantes Importadores/m. Grossista da Majanga	0	0	0	1	10	330,025	1	10	330,025	3	30	990,075	0	0	0
	0	0	0	2	22	20,811	3	33	31,217	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>74,371</b>	<b>79</b>	<b>29</b>	<b>2,047,552</b>	<b>46</b>	<b>17</b>	<b>1,272,793</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>1,827,074</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>155,931</b>

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

**Tabela 5 (parte II): Locais onde os vendedores depositam as suas poupanças**

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Nº dos que tem mais que uma forma	%	Deposito mensal em diversas formas	Xitique e banco	%	Deposito mensal em banco e xitique	Outra maneira que não consta nas opções	%	Depósito mensal numa outra maneira	Deposito no posto de captação de poupanças	%	Deposito mensal no posto de captação de poupanças	N/A	%	Sem resposta	%
Xipamanine Formal	1	2	21,271	9	18	195,693	0	0	0	0	0	0	10	20	0	0
Xipamanine Informal	3	7	37,297	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	3
Central	6	22	92,239	0	0	0	2	7	30,608	0	0	0	2	7	0	0
Janet	0	0	0	8	35	338,065	5	22	211,776	0	0	0	5	22	0	0
Malanga	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hulene	1	13	1,945	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	13	1	3
Malhazine	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	17	3	5
Praça dos Combatentes	3	7	184,577	4	10	246,970	1	2	62,392	0	0	0	4	10	3	7
Fajardo Formal	2	20	39,902	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	20	0	0
Fajardo Informal	4	22	105,469	0	0	0	1	6	26,605	0	0	0	2	11	0	0
Vendedores Ambulantes	4	40	1,320,10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10	0	0
Importadores/m. Grossista da Majanga	0	0	0	4	44	41,622	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>1,802,80</b>	<b>25</b>	<b>10</b>	<b>822,351</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>331,382</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>29</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>7</b>

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

Tabela 08: Estado civil dos vendedores

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Estado civil											
	Solteiro (Valores em unidades)		Casado no Civil (Valores em unidades)		Vive Maritalmente (Valores em unidades)		Divorciado (Valores em unidades)		Viúvo (Valores em unidades)			
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Xipamanine Formal	29	59	8	16	11	22	1	2	0	0	0	0
Xipamanine Informal	28	64	6	14	8	18	0	0	2	2	5	5
Central	15	56	3	11	8	30	0	0	1	1	4	4
Janet	13	57	4	17	4	17	1	4	1	1	4	4
Malanga	5	28	0	0	10	56	2	11	1	1	6	6
Hulene	5	63	1	13	2	25	0	0	0	0	0	0
Malhazine	3	25	3	25	5	42	0	0	1	1	8	8
Praça dos Combatentes	22	52	6	14	14	33	0	0	0	0	0	0
Fajardo Formal	4	40	1	10	4	40	0	0	1	1	10	10
Fajardo Informal	5	28	1	6	11	61	0	0	1	1	6	6
Vendedores Ambulantes	7	70	1	10	2	20	0	0	0	0	0	0
Importadores/ M.	1	11	3	33	4	44	0	0	1	1	11	11
Grossista da Malanga	137	51	37	14	83	31	4	1	9	9	3	3
<b>Total</b>												

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores.

Tabela 09: Volume de poupanças de acordo com o estado civil

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Volume de poupanças (Valores em MZN)											
	Solteiro	%	Casado no Civil	%	Vive Maritalmente	%	Divorciado	%	Viuvo	%	Total	%
Xipamanine Formal	36,400	79	4,000	9	5,450	12	300	1	-	-	46,150	100
Xipamanine Informal	16,050	72	3,000	13	2,270	10	-	-	1,100	5	22,420	100
Central	10,700	50	10,800	50	-	-	-	-	-	-	21,500	100
Janet	16,020	31	33,000	64	1,000	2	1,200	2	-	-	51,220	100
Malanga	3,000	33	-	-	5,000	55	750	8	300	3	9,050	100
Hulene	600	20	900	30	1,500	50	-	-	-	-	3,000	100
Malhazine	3,000	100	-	-	-	-	-	-	-	-	3,000	100
Praça dos Combatentes	39,550	35	36,300	32	37,000	33	-	-	-	-	112,850	100
Fajardo Formal	5,150	37	300	2	5,000	36	-	-	3,600	26	14,050	100
Fajardo Informal	5,200	15	1,050	3	27,550	82	-	-	-	-	33,800	100
Vendedores Ambulantes	12,200	92	200	2	800	6	-	-	-	-	13,200	100
Importadores/m. Grossista da Majanga	600	2	12,000	31	24,750	65	-	-	1,000	3	38,350	100
<b>Total</b>	<b>148,470</b>	<b>41</b>	<b>101,550</b>	<b>28</b>	<b>110,320</b>	<b>30</b>	<b>2,250</b>	<b>1</b>	<b>6,000</b>	<b>2</b>	<b>368,590</b>	<b>100</b>

Fonte: Questionários efectuados aos vendedores



Tabela 10: Nível Académico dos Vendedores

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Nível Académico													
	Iliterado		Primário		Prim. incompleto		Básico		Médio		Superior		sem resposta	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Xipamanine Formal	0	0	15	31	7	14	29	11	22	0	0	2	4	
Xipamanine Informal	1	2	16	36	0	0	18	41	9	21	0	0	0	
Central	1	3	12	44	2	7	26	2	7	0	0	3	11	
Janet	1	4	10	44	3	13	5	22	3	13	1	4	0	
Malanga	2	11	7	39	9	50	0	0	0	0	0	0	0	
Hulene	2	25	4	50	0	0	2	25	0	0	0	0	0	
Malhazine	3	25	7	58	1	8	1	8	0	0	0	0	0	
Praça dos Combatentes	6	14	14	33	7	17	12	29	1	2	0	0	5	
Fajardo Formal	2	20	4	40	3	30	1	10	0	0	0	0	0	
Fajardo Informal	0	0	6	33	8	44	3	17	1	6	0	0	0	
Vendedores Ambulantes	2	20	7	70	1	10	0	0	0	0	0	0	0	
Importadores/ M. Grossista da Malanga	0	0	2	22	4	44	3	33	0	0	0	0	0	
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>7.4</b>	<b>104</b>	<b>38.5</b>	<b>45</b>	<b>17</b>	<b>66</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	
													<b>2.6</b>	

Fonte: Inquéritos efectuados aos vendedores

Tabela 11: Volume de poupanças de acordo nível académico

Nome do mercado/Tipo de vendedores	Volume de Poupança													
	Iliterado		Nível Primario incompleto		Nível Primario completo		Nível Basico		Nível medio		Nível Superior		Total	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Xipamanine Formal	-	-	3,200	7	7,100	15	19,850	43	16,000	35	-	-	46,150	100
Xipamanine Informal	-	-	-	-	6,700	30	13,970	62	1,750	8	-	-	22,420	100
Central	-	-	1,900	9	7,800	36	11,800	55	-	-	-	-	21,500	100
Janet	-	-	700	1	7,750	15	10,500	21	2,270	4	30,000	59	51,220	100
Malanga	600	7	4,350	48	4,100	45	-	-	-	-	-	-	9,050	100
Hulene	-	-	-	-	3,000	100	-	-	-	-	-	-	3,000	100
Mathazine	-	-	-	-	1,500	50	1,500	50	-	-	-	-	3,000	100
Praça dos Combatentes	7,800	7	11,350	10	33,400	30	57,300	51	3,000	3	-	-	112,850	100
Fajardo Formal	2,300	16	500	4	9,500	68	1,750	12	-	-	-	-	14,050	100
Fajardo Informal	-	-	7,200	21	24,300	72	1,700	5	600	2	-	-	33,800	100
Vendedores Ambulantes	4,000	30	200	2	9,000	68	-	-	-	-	-	-	13,200	100
Importadores/m. Grossista da Majanga	-	-	12,100	32	13,500	35	12,750	33	-	-	-	-	38,350	100
<b>Total</b>	<b>14,700</b>	<b>4</b>	<b>41,500</b>	<b>11</b>	<b>127,650</b>	<b>35</b>	<b>131,120</b>	<b>36</b>	<b>23,620</b>	<b>6</b>	<b>30,000</b>	<b>8</b>	<b>368,590</b>	<b>100</b>

Fonte: Questionários efectuados aos vendedores

**Universidade Eduardo Mondlane**  
**Faculdade de Economia**  
**Questionário para os vendedores – Questionário 1**  
Nº de ordem \_\_\_\_\_

Meu nome é **Amélia José Sengo**, estudante finalista do curso de Gestão da faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane. As actividades curriculares culminam com o trabalho de licenciatura, e, é neste âmbito que solicito a sua colaboração para a realização do meu trabalho que se subordina ao seguinte tema: **“Como as Instituições Microfinanceiras Moçambicanas podem incrementar o Volume de Poupanças Captadas: Caso de Vendedores na Cidade de Maputo – Ano de 2006”**. A informação fornecida será apenas usada para fins académicos. Agradeço desde já a sua colaboração.

Vendedor formal \_\_\_\_\_.

Vendedor informal \_\_\_\_\_.

Tipo de mercadoria que transacciona

---

1. Sexo (marque com x).

a) Masculino \_\_\_\_\_.

b) Feminino \_\_\_\_\_.

2. Idade: \_\_\_\_\_ anos.

3. Estado civil:

a) Solteiro (a) \_\_\_\_\_

b) Casado (a) no civil \_\_\_\_\_

c) Vive maritalmente \_\_\_\_\_

d) Divorciado (a) \_\_\_\_\_

e) Viúvo (a) \_\_\_\_\_.

4. Tem licença?

a) Sim \_\_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_\_

5. Paga alguma taxa às autoridades municipais?

a) Sim \_\_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_\_

6. Nível académico (marque com x):

a) Nunca frequentei uma escola \_\_\_\_\_

b) Primária completa \_\_\_\_\_

c) Nível básico \_\_\_\_\_

d) Nível médio \_\_\_\_\_

e) Nível superior \_\_\_\_\_.

7. Que documento usa para se identificar?

---

8. Localização geográfica do vendedor:

a) Vendedor do mercado de Mahlazine \_\_\_\_\_

b) Vendedor do mercado de Hulene \_\_\_\_\_

c) Vendedor do mercado Central \_\_\_\_\_

d) Vendedor do mercado de Xipamanine \_\_\_\_\_

e) Vendedor do mercado Janet \_\_\_\_\_

f) Vendedor do mercado Fajardo \_\_\_\_\_

g) Vendedor do mercado *Xiquelene* \_\_\_\_\_

h) Importador (*mukerista*) \_\_\_\_\_

i) Vendedor "ambulante"; e \_\_\_\_\_

j) Vendedor de rua \_\_\_\_\_

9. Tem alguma outra ocupação remunerada?

a) Sim \_\_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_\_.

9.1. Se sim, diga qual.

---

10. Rendimento médio (mensal) em MZN:

a) Até 500,00 MZN \_\_\_\_\_

b) 500,00 a 2000,00 MZN \_\_\_\_\_

c) 2 000,00 a 5 000,00 MZN \_\_\_\_\_

d) Acima de 5000,00 MZN

e) Entre \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_ MZN.

11. Tem alguma poupança em dinheiro?

a) Sim \_\_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_\_.

11.1. Quanto poupa por dia? \_\_\_\_\_ MZN.

11.2. Se for mensal, quanto consegue poupar por mês? \_\_\_\_\_ MZN.

11.3. De que forma mantém esta poupança?

a) Instituição microfinanceira \_\_\_\_\_

b) Banco comercial \_\_\_\_\_

c) Entrego alguém para guardar \_\_\_\_\_

d) Escondo em lugar especial \_\_\_\_\_

e) Deposito no posto de captação de poupanças \_\_\_\_\_

f) Guardo em forma de *Xitique* \_\_\_\_\_

g) Outra \_\_\_\_\_. Especifique \_\_\_\_\_.

11.4. Como é que são efectuados os depósitos?

- a) Diariamente \_\_\_\_\_
- b) Semanalmente \_\_\_\_\_
- c) Mensalmente \_\_\_\_\_
- d) Irregularmente \_\_\_\_\_.

11.5. Daqui a quanto tempo pretende usar o dinheiro que está a acumular?

- a) 3 meses \_\_\_\_\_
- b) 6 meses \_\_\_\_\_
- c) 9 meses \_\_\_\_\_
- d) 12 meses \_\_\_\_\_
- e) Mais do que um ano \_\_\_\_\_.

12. Qual é para si a finalidade primária de uma poupança?

- a) Comprar mercadoria/matéria-prima para a actividade \_\_\_\_\_
- b) Melhorar a habitação \_\_\_\_\_
- c) Eventualmente comprar equipamento especial, instrumentos, etc para a actividade económica \_\_\_\_\_
- d) Comprar bens de consumo de alto valor \_\_\_\_\_
- e) Segurança para despesas imprevistas (exemplo: doenças, calamidades, falecimentos, etc) \_\_\_\_\_
- f) Estoque de riqueza (exemplo: gado) \_\_\_\_\_
- g) Consumo futuro \_\_\_\_\_
- h) Outra \_\_\_\_\_.

13. Que tipo de *xitique* você pratica?

- a) Nenhum \_\_\_\_\_
- b) *Xitique* cobrador \_\_\_\_\_
- c) *Xitique* colectivo \_\_\_\_\_.

13.1. Se for membro de um grupo de *xitique*, diga a razão mais importante que lhe fez tornar membro deste grupo.

- a) Lugar seguro para poupanças \_\_\_\_\_
  - b) Porque não há banco na zona \_\_\_\_\_
  - c) Porque outros vendedores também o são \_\_\_\_\_
  - d) Possibilidade de ter crédito /empréstimo a qualquer momento \_\_\_\_\_
  - e) Ajuda a não gastar facilmente o dinheiro \_\_\_\_\_
  - f) Outra \_\_\_\_\_
- 

13.2. Acha que *xitique* fornece mais vantagens que o banco?

- a) Sim \_\_\_\_\_
- b) Não \_\_\_\_\_.

13.3. Fazes parte do grupo de *xitique* desde o ano de \_\_\_\_\_.

13.4. Quantos membros existem no grupo de *xitique*? \_\_\_\_\_.

13.5. Como é que são efectuados os depósitos no *xitique*?

- a) Diariamente \_\_\_\_\_
- b) Semanalmente \_\_\_\_\_
- c) Mensalmente \_\_\_\_\_
- d) Irregularmente \_\_\_\_\_.

13.6. Que montante deposita no *xitique*? \_\_\_\_\_ MZN.

13.7. Se precisar de dinheiro antes do prazo, o tesoureiro pode te reembolsar o dinheiro?

- a) Sim \_\_\_\_\_
- b) Não \_\_\_\_\_

13.8. Qual é a contrapartida do tesoureiro?

- a) Comissões \_\_\_\_\_
- b) Salário mensal \_\_\_\_\_
- c) Outras remunerações \_\_\_\_\_.

13.9. Já houve situações em que o tesoureiro não conseguiu devolver o dinheiro?

- a) Sim \_\_\_\_\_
- b) Não \_\_\_\_\_

13.9.1. Se sim, o que lhe foi feito?

- a) Penhor dos seus bens \_\_\_\_\_
- b) Pagamento por coação \_\_\_\_\_
- c) Queixa à polícia \_\_\_\_\_
- d) Outras \_\_\_\_\_ .Quais?

14. Se não tem a sua poupança em forma de depósito bancário, diga porquê.

---

---

---

15. Diga o que o pode atrair a depositar as suas poupanças numa instituição bancária.

---

---

---

---

**Universidade Eduardo Mondlane**  
**Faculdade de Economia**  
**Questionário para agenciadores do xitique – Questionário 2**  
**Mercado \_\_\_\_\_**

1. Nome (opcional) \_\_\_\_\_
2. Sexo \_\_\_\_\_
3. Outra(s) profissão(ões) remunerada(s): \_\_\_\_\_
4. Grau de escolarização (marque com X)
  - a) Primária incompleta \_\_\_\_\_
  - b) Primária completa \_\_\_\_\_
  - c) Secundária geral \_\_\_\_\_
  - d) Secundária técnica \_\_\_\_\_
  - e) Médio \_\_\_\_\_
  - f) Superior \_\_\_\_\_
5. Que factores determinaram para a captação de poupanças como actividade profissional?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Indique qual o equipamento que usou para o seu trabalho?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. Tipo de propriedade? (marque com X)
  - a) Privada \_\_\_\_\_
  - b) Sociedade cooperativa \_\_\_\_\_
  - c) Individual ou particular \_\_\_\_\_
8. Está licenciado? (marque com X)
  - a) Sim \_\_\_\_\_
  - b) Não \_\_\_\_\_
9. Paga imposto? (marque com X)
  - a) Sim \_\_\_\_\_
  - b) Não \_\_\_\_\_
10. Paga alguma taxa às autoridades municipais? (marque com X)
  - a) Sim \_\_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

11. Quem faz a cobrança?

12. Qual a periodicidade da captação de poupanças?

13. Há quanto tempo se dedica a esta ocupação?

14. Tem trabalhadores no campo? (marque com X)

a) Sim \_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

14.1. Se sim, quantos \_\_\_\_\_

14.2. Beneficiaram de alguma formação específica?

a) Sim \_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

14.2.1. Em caso afirmativo diga:

a) Onde.

b) Quando.

14. 3. Quantos trabalhadores foram admitidos conhecendo o ofício?

15. Quantos contribuintes activos tem no presente? \_\_\_\_\_

15.1. Será esse o número máximo desde o início? (marque com X)

a) Sim \_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

15.1.1. Caso não, diga quantos e quando.

Máximo \_\_\_\_\_ em \_\_\_\_\_

16. Quando é que iniciou essa actividade? \_\_\_\_\_

16.1. Quantos clientes tinha no primeiro ano de actividade? \_\_\_\_\_

17. Qual a periodicidade da captação das poupanças? (marque com X)

a) Diária \_\_\_\_

b) Semanal \_\_\_\_

c) Mensal \_\_\_\_

d) Anual \_\_\_\_

e) Irregular \_\_\_\_



17.1. As quotas por cada contribuinte são constantes? (marque com X)

a) Sim \_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

17.2. Quais têm sido os montantes extremos de cada contribuição?

a) Máximo \_\_\_\_\_

b) Mínimo \_\_\_\_\_

18. Onde guarda os montantes que recolhe? (marque com X)

a) Deposito no banco \_\_\_\_

b) Guardo em casa \_\_\_\_

c) Investo \_\_\_\_

d) Concedo empréstimos \_\_\_\_

e) Outras \_\_\_\_ . Quais?

18.1. Se deposita no banco qual a sua periodicidade?

18.1.1. Em que banco faz os seus depósitos?

18.1.2. Qual é a periodicidade de levantamento

18.2. Se concede empréstimos quais as condições exigidas para os solicitantes? (marque com X)

a) Ser contribuinte \_\_\_\_

b) Apresentar um avalista contribuinte \_\_\_\_

c) Apresentar garantias reais outras quais \_\_\_\_

19. Cobra juros? (marque com X)

a) Sim \_\_\_\_

b) Não \_\_\_\_

19.1. Se sim, como define a taxa de juro?

20. Caso o contribuinte precise do dinheiro antes do final do prazo: (marque com X)

a) Há reembolso do dinheiro \_\_\_\_

b) Há empréstimo ou adiantamento \_\_\_\_

c) Tem que esperar até o final do mês \_\_\_\_

21. Qual é o tipo de pagamento que exige aos contribuintes pelos serviços prestados? (marque com X)

- a) Comissões \_\_\_\_
- b) Vencimento fixo \_\_\_\_
- c) Outras formas de remuneração \_\_\_\_

22. Que tipo de dificuldades tem enfrentado no exercício da sua actividade?

---

---

---

23. Considerações finais:

---

---

---

---

Obrigada pela colaboração.

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

Faculdade de Economia

Questionário para as IMF's

Meu nome é **Amélia José Sengo**, estudante finalista do curso de Gestão da Faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane. As actividades curriculares culminam com o trabalho de licenciatura, e, é neste âmbito que solicito a colaboração da instituição para a realização do meu trabalho que se subordina ao seguinte tema: ***"Como as Instituições Microfinanceiras Moçambicanas podem Incrementar o Volume de Poupanças Captadas: Caso de Vendedores na Cidade de Maputo – Ano de 2006"***. A informação fornecida será usada apenas para fins académicos. Agradeço desde já a colaboração da instituição.

Nome da Instituição:

\_\_\_\_\_

Data da entrevista \_\_\_/\_\_\_/2006

Nome do entrevistado (opcional):

\_\_\_\_\_

Cargo do entrevistado:

\_\_\_\_\_

1. Quando é que a instituição começou a operar?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Quais eram os principais serviços prestados?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Quando começou a prestar serviços de captação de poupanças?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

---

---

---

4. Que tipo de produtos de poupança a instituição tem neste momento?

---

---

---

---

5. Qual é o perfil de clientes que têm efectuado depósitos?

---

---

---

6. Qual a periodicidade de depósito por pessoa?

---

---

---

7. No caso de poupança a prazo, o que acontece se o cliente vem buscar o montante antes do fim do prazo?

---

---

---

8. Os indivíduos que abrem uma conta poupança mantêm ou não saldos?

---

---

9. Quais as outras razões que podem levar a abertura de uma conta além da poupança?

---

---

---

10. Qual é o custo médio por cliente de abertura e manutenção de uma conta poupança?

---

---

---

---

11. Qual é o saldo médio de poupança mensal por cliente?

---

---

12. Qual é a taxa de juro média mensal de crédito?

---

---

13. Quais os termos e condições que a instituição exige no âmbito da abertura e movimentação de uma conta poupança?

---

---

---

---

14. Quais as taxas de juro aplicadas nas contas poupanças e como foram determinadas?

---

---

---

---

15. Que dificuldades a instituição tem enfrentado no âmbito da captação de poupanças?

---

---

16. Quais as acções que a instituição tem levado a cabo para fazer face à concorrência do sector informal?

---

---

---

---

---

---

---

---

17. Qual é a tendência do volume de poupanças captadas pela instituição, se possível mostre-me números.

---

---

---

---

a) Como explica essa tendência?

---

---

---

---

18. Qual é a política de marketing da instituição para atrair maiores depósitos por parte dos vendedores?

---

---

---

---

---

---