



MERCATOR 2015

Apresentação do caso MULTICAIXA

Apresentação do Caso MULTICAIXA

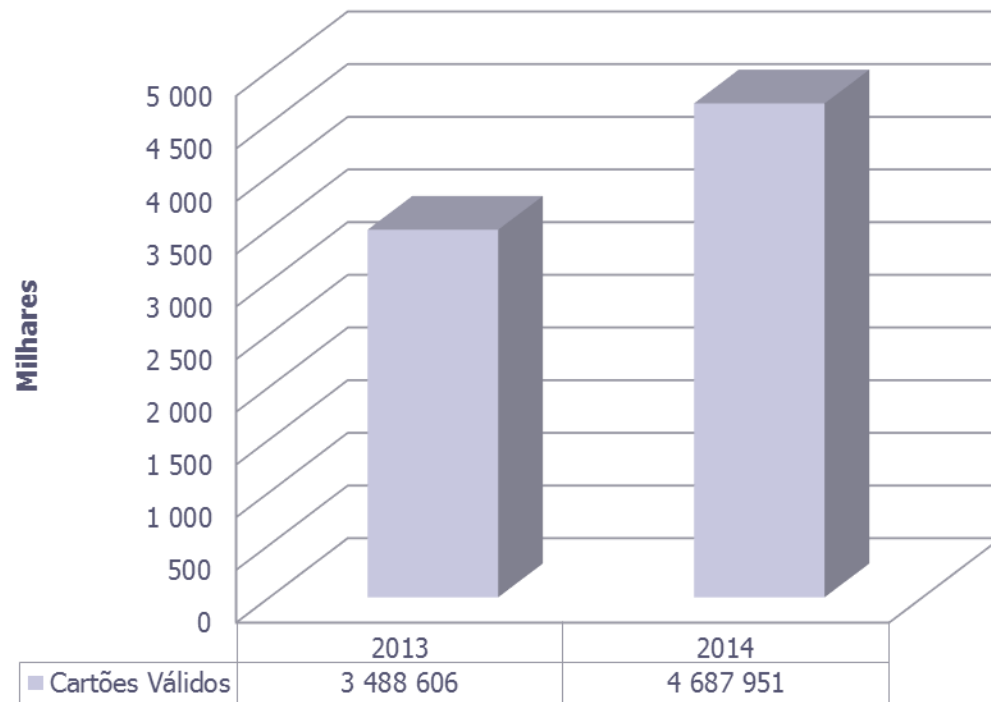
ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO

1. Actualização de Dados - 2014
2. MULTICAIXA – Uma Marca, duas Entidades
3. MULTICAIXA – Objectivos Estratégicos e Educação Financeira
4. As Promessas da Marca MULTICAIXA
5. Gestão da Marca MULTICAIXA

**Actualização de DADOS
2014**

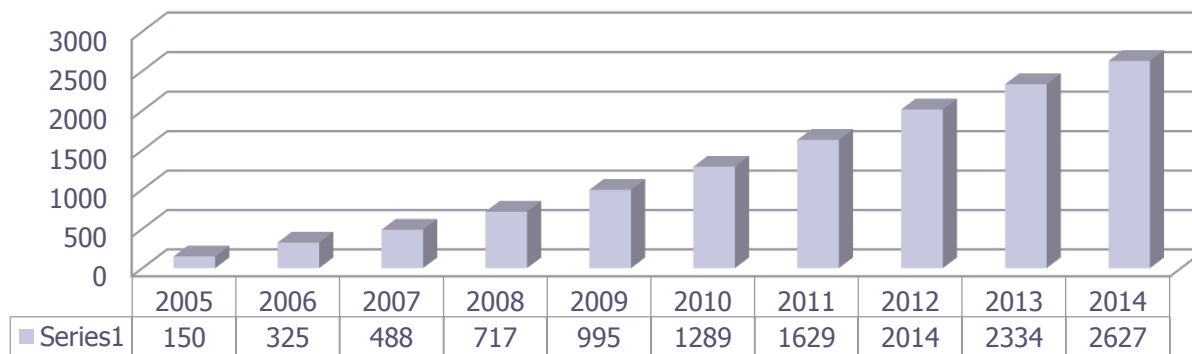
MERCATOR 2015

Cartões Válidos

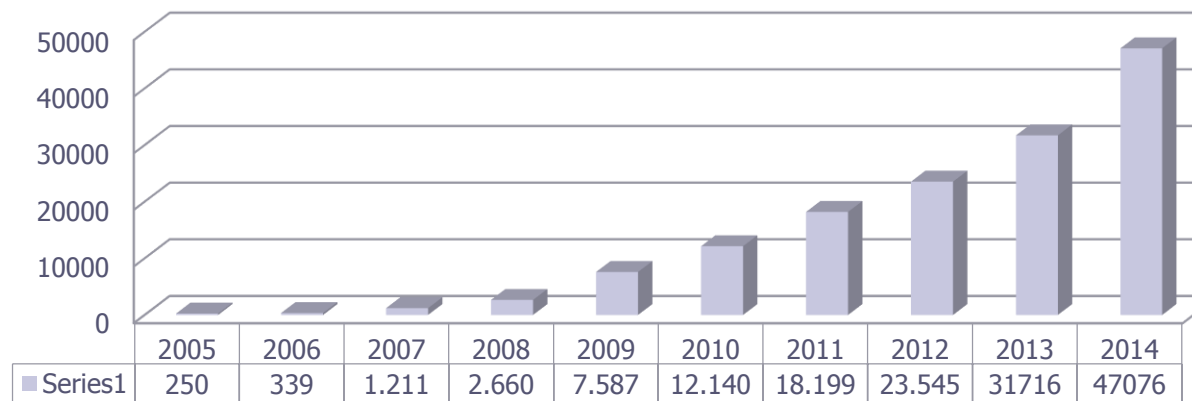


MERCATOR 2015

Nº de ATM's Matriculados

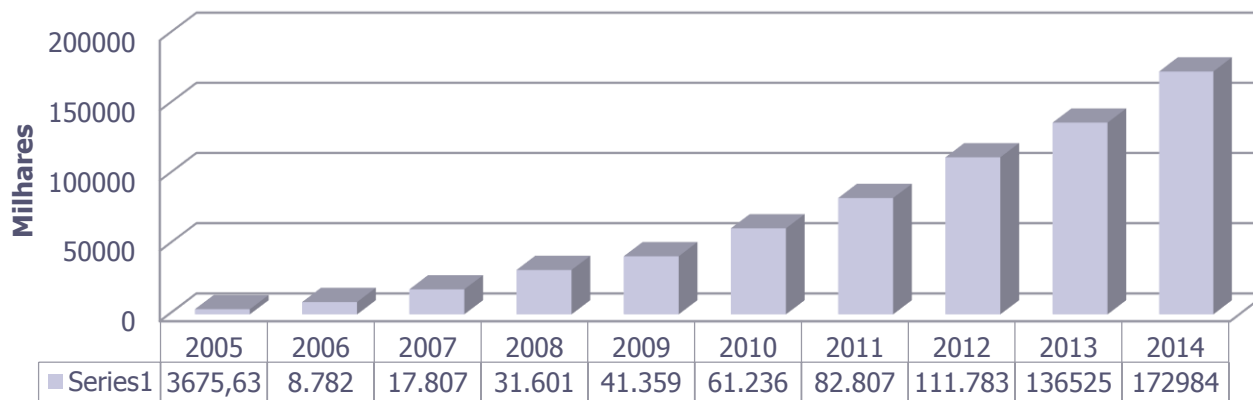


Nº de TPA's Matriculados

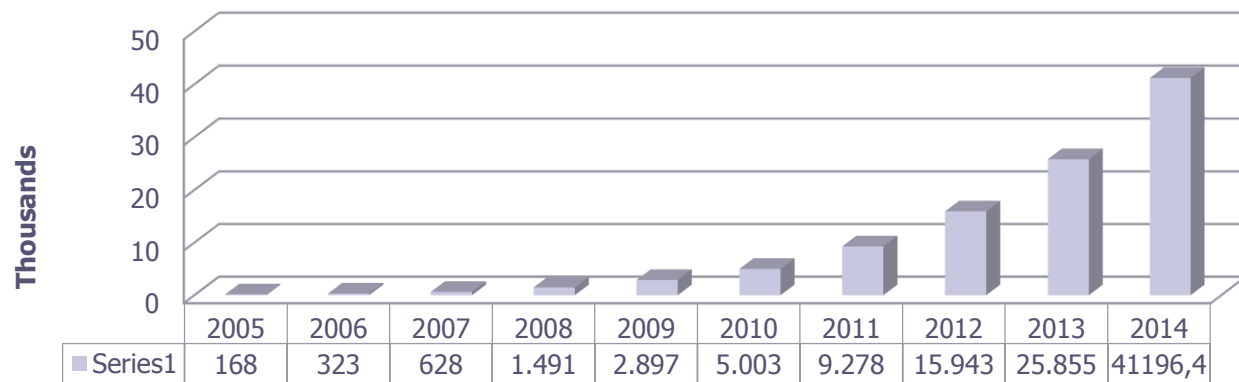


MERCATOR 2015

Transações em ATM



Transações em TPA



Alguns Números de 2014

Montante dispensado em ATM: **976,6 mil milhões de Kz**
(equivalente a **9,4 mil milhões de USD**)

Montante de compras pagas em TPA: **448,7 mil milhões de Kz**
(equivalente a **4,3 mil milhões de USD**)

Valor de Transferências feitas em ATM: **110,1 mil milhões de Kz**
(equivalente a **1,05 mil milhões de USD**)

Montante de serviços pagos em ATM: **14,4 mil milhões de Kz**
(equivalente a pouco mais de **138 milhões de USD**)

MULTICAIXA
Uma MARCA, Duas Entidades

MULTICAIXA: Uma Marca, duas Entidades

- A Rede MULTICAIXA
- O Scheme MULTICAIXA (*cartão de débito angolano*)

Quando em 1999 foi estudado o projecto para uma Rede Partilhada de Pagamentos por Cartão em Angola, foi muito debatido se a entidade “rede” devia ter uma designação ou marca diferente da entidade “cartão”.

(uma coisa é a rede e outra o cartão - scheme na gíria profissional)

A decisão na altura foi utilizar a mesma designação. Uma decisão baseada na necessidade de “não confundir o principal destinatário do serviço: o cliente final”.

Os profissionais do sector ficariam mais confortáveis com duas designações, porque entendem bem o que isso é, mas o cidadão em geral iria ficar confuso. Foi uma decisão acertada, que privilegiou o marketing em detrimento de outras leituras.

**A marca MULTICAIXA, os
Objectivos Estratégicos e a
Educação Financeira**

Objectivos do Sistema de Pagamentos em Angola

Objectivo estratégico

Desmaterialização dos Pagamentos

Objectivos de médio prazo

Desmaterializar por completo os pagamentos ao Estado

Criação de uma Referência Única de Pagamentos ao Estado
(uma referencia multi-canal)

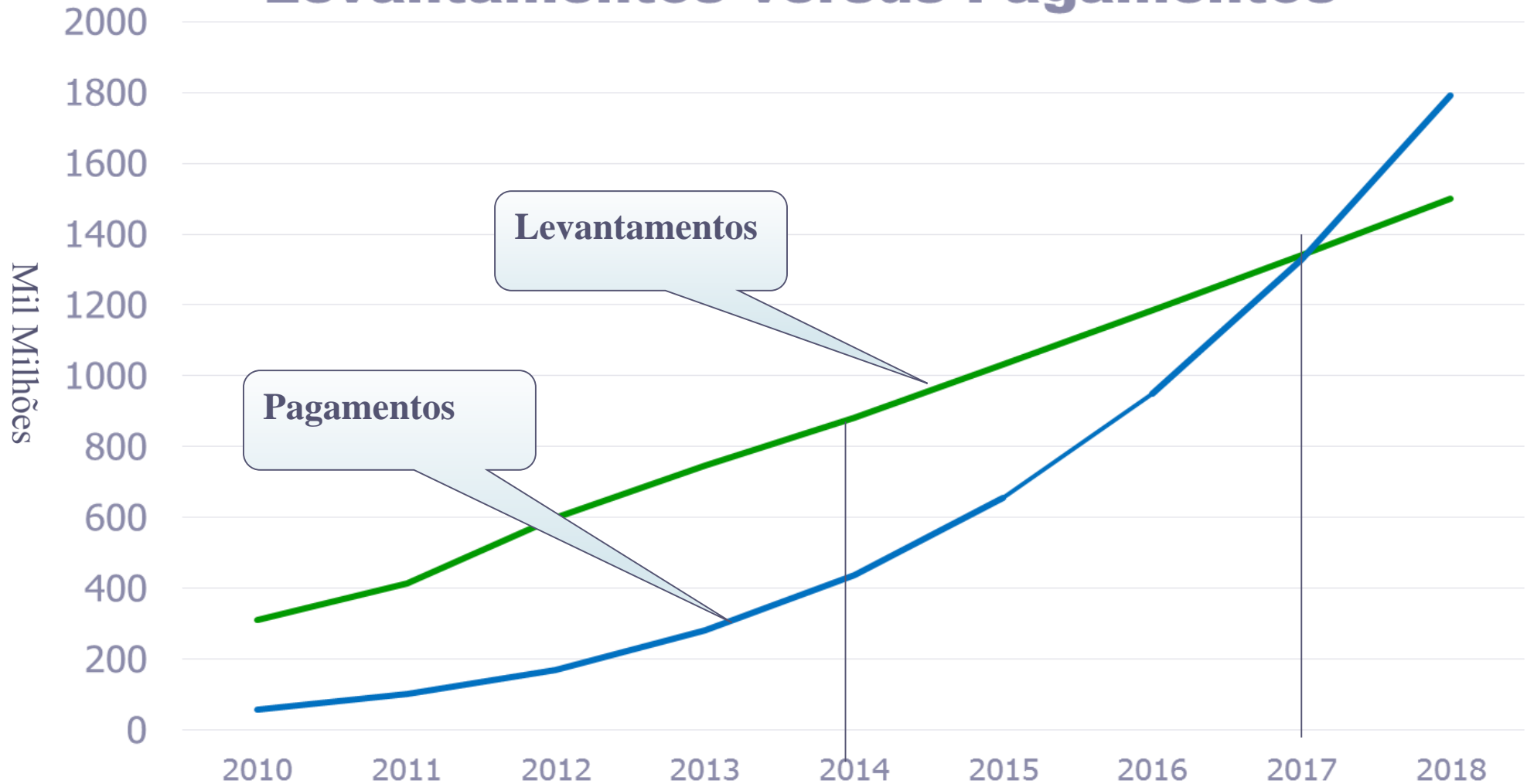
Concluir a Compensação Electrónica de Cheques

Desenvolver o Sistema de Débitos Directos

Desenvolver os Pagamentos Móveis

MERCATOR 2015

Levantamentos versus Pagamentos



**Principal Desafio Estratégico
da EMIS, SA**

**MANTER A ACTRATIVIDADE DO
MODELO BASEADO NA COOPETIÇÃO**

(O modelo em que se baseia a sociedade
interbancária)

Modelo de Coopetição

Trata-se de um modelo maximizante, no qual os operadores económicos obtém vantagens da cooperação, sem perder as vantagens da competição.

A *coopetição* é uma forma de colaborar para competir. Nos sistemas de pagamentos, os bancos cooperam e competem para maximizar o valor através da partilha de sistemas e serviços.

Ou seja, os bancos para concorrerem num negócio em rede, necessitam de plataformas comuns. Essas plataformas comuns são estabelecidas numa base de cooperação.

A *coopetição* pode ir para além da partilha de infra-estruturas comuns, partilhando igualmente serviços que não sejam essenciais para a diferenciação.

MULTICAIXA - uma marca que comunica com todos

Uma marca não comunica só com os clientes, tem de comunicar também com os outros “stakeholders”, como o são os accionistas, os colaboradores, os fornecedores e até os fazedores de opinião.

A marca MULTICAIXA tem pois de transmitir mensagens perfeitamente alinhadas com os objectivos do sistema de pagamentos e da própria operadora que a sustenta.

(não confundindo nunca a marca da operadora com a marca do serviço)

A gestão da marca MULTICAIXA tem também de se preocupar com o tema da Educação Financeira, contribuindo para o desenvolvimento da literacia financeira da população – potenciando-a para um melhor e maior uso dos meios electrónicos de pagamento.

As Promessas da Marca MULTICAIXA

(uma marca é um conjunto de promessas)

Comprometimentos e Vantagens do MULTICAIXA

Conveniência	Os clientes não têm necessidade de transportar dinheiro, em notas ou cheques, para fazerem pagamentos
Comodidade	Permite uma grande variedade de transacções sem que o cliente tenha que se deslocar fisicamente a um banco
Universalidade	Uma vez que a rede cobre toda a área do país, sendo o cartão MULTICAIXA aceite por todos os terminais, independentemente do banco emissor, qualquer pessoa pode, a qualquer momento, ter acesso ao seu dinheiro.
Baixo custo	Sem anuidade ou quaisquer outros encargos, o cartão MULTICAIXA não implica custos extra.
Segurança	Todas as transacções são validadas por um PIN, sendo a sua utilização exclusivamente electrónica
Formalização da Economia	Ao favorecer a transparência de procedimentos, a rede MULTICAIXA fortalece a formalização da economia angolana.

CONFIANÇA

(palavra chave no sistema bancário)

**Nos sistemas de Pagamentos, Confiança significa
Qualidade de Serviço**

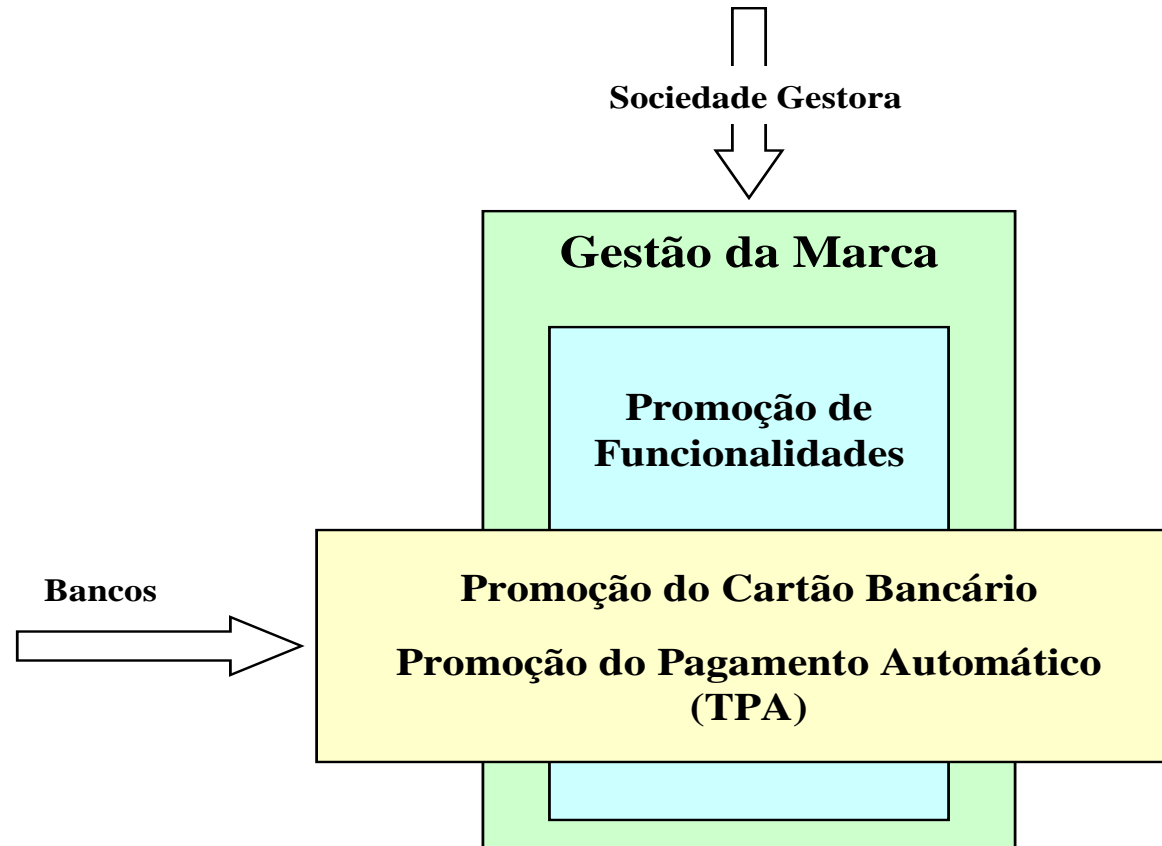
**No Pagamento de Serviço (POS's), Qualidade de Serviço
é basicamente Disponibilidade Técnica do Serviço**

**Na Rede de ATM's Qualidade de Serviço é mais do que Disponibilidade
Técnica do Serviço: é disponibilizar todas as funcionalidades,
incluindo as funções dispensação e impressão.**

**(a marca MULTICAIXA compromete-se com a CONFIANÇA
nos meios electrónicos de Pagamento)**

A Gestão da Marca MULTICAIXA **(alguns aspectos práticos)**

MERCATOR 2015



MERCATOR 2015





Fim da Apresentação

Muito Obrigado!