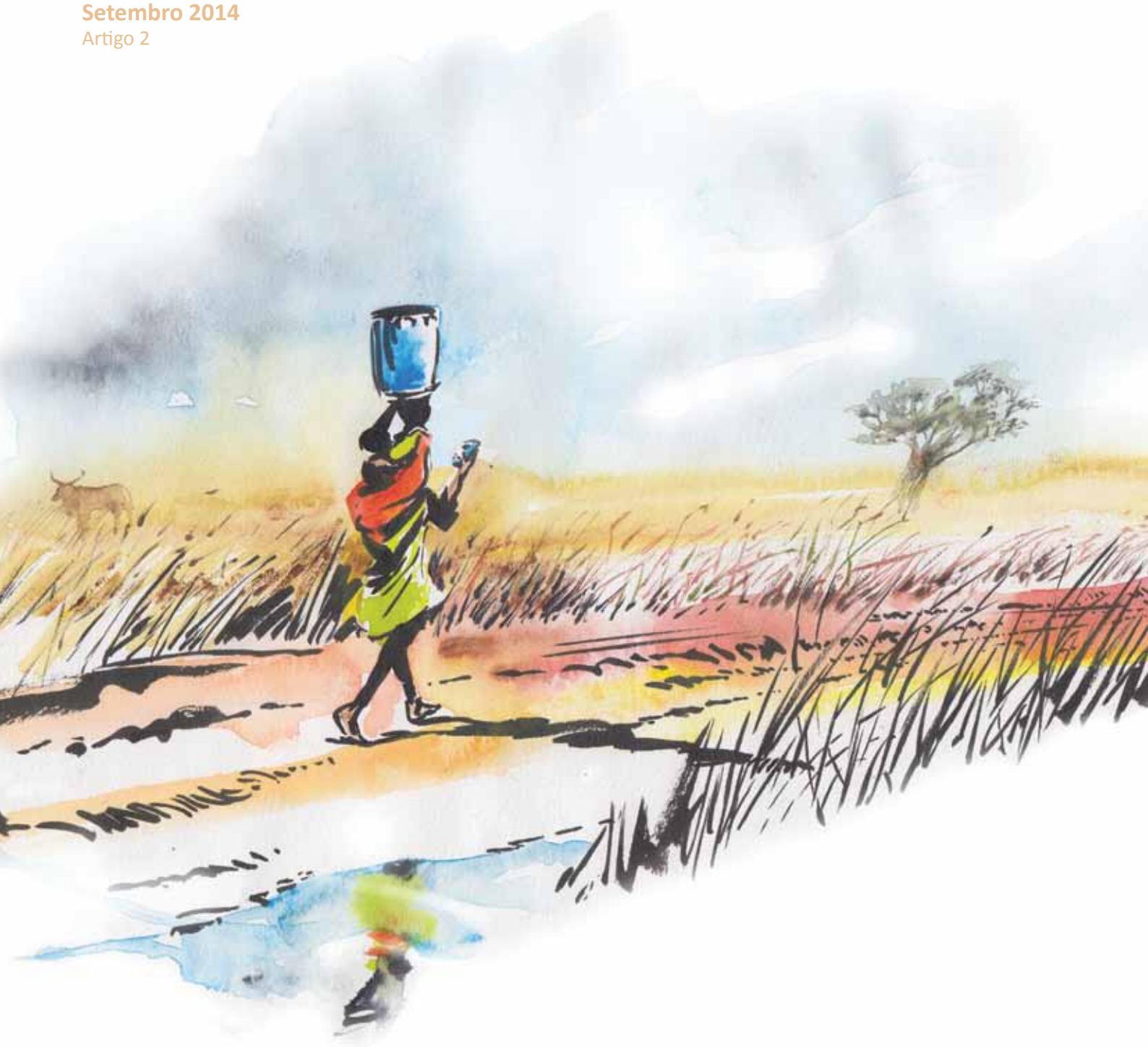


Mobile Banking

Setembro 2014

Artigo 2



 observatório

da Inclusão Financeira
ANGOLA

Deloitte.



 oBservatório

da Inclusão Financeira
ANGOLA

Inclusão Financeira

Ao longo dos últimos anos, o processo de inclusão financeira tem-se apresentado como uma prioridade para diversos países, com especial enfoque nos países emergentes e em desenvolvimento. O acesso aos serviços financeiros formais poderá permitir maior flexibilidade na gestão do dinheiro e maior mobilização de poupanças para investimentos futuros, incrementando a distribuição de rendimentos, a formalização e transparência da economia, e também a criação de novos postos de trabalho. Deste modo, será expectável uma evolução positiva da qualidade de vida dos cidadãos, bem como o crescimento e o desenvolvimento da actividade económica.

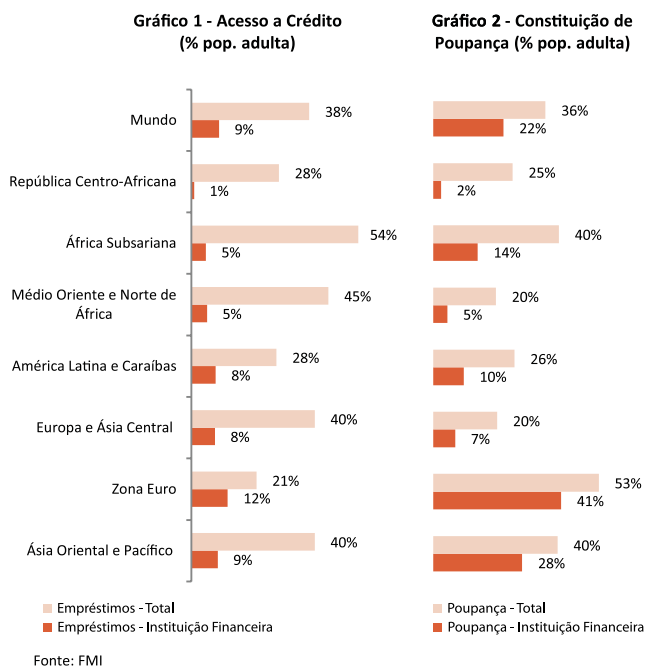
Genericamente, sociedades com percentagens superiores de população bancarizada tendem a apresentar uma situação mais favorável nos seus rácios de riqueza, igualdade e índices de desenvolvimento humano.

No entanto, actualmente, mais de metade da população mundial em idade adulta não dispõe de acesso a serviços financeiros formais. Esta situação advém da existência de debilidades quer por parte das instituições financeiras quer por parte da população. Se por um lado, as instituições podem não ser capazes de estar presentes em áreas remotas e de baixa densidade populacional ou de garantir uma oferta adaptada às necessidades específicas dos indivíduos, por outro lado a ausência de um rendimento constante, debilidades ao nível do emprego e da educação e formação financeira, e também alguns factores psicológicos como a falta de confiança nas instituições financeiras, contribuem para agravar o fenómeno da exclusão financeira.

2,5 mil milhões

de pessoas, em idade adulta, não têm acesso a serviços financeiros formais

Estes factores continuam a concorrer para que, aproximadamente, 2,5 mil milhões de pessoas em idade adulta não possuam acesso a serviços financeiros formais. A exclusão do sistema financeiro leva a que apesar de 38% da população mundial em idade adulta tenha contraído empréstimos, apenas 9% o fez junto das instituições financeiras formais. Adicionalmente, refira-se que apesar de 36% da população adulta constituir poupanças, apenas 22% da população adulta o faz junto de uma instituição financeira.



Note-se ainda que, esta distribuição não é geograficamente homogénea, existindo regiões em que estas diferenças são mais acentuadas. É essencialmente nas economias em desenvolvimento, com baixas densidades populacionais e cuja população se encontra geralmente localizada em áreas rurais e de difícil acesso, que estas diferenças são mais estruturais.

A distribuição dos serviços financeiros, através dos modelos tradicionais baseados em agências bancárias, continua a ser um desafio, devido aos elevados custos de transacção. A transformação e o redesenho destes canais, tornando-os mais flexíveis, abrangentes e inclusivos, poderá contribuir para uma oferta adaptada e mais adequada às necessidades específicas da população.



Ilustração: João Catarino

Mobile Banking como motor do processo de Inclusão Financeira

De um modo geral, quer os países desenvolvidos quer os países em desenvolvimento têm incentivado a passagem para formas alternativas de distribuição dos produtos e serviços bancários, com o objectivo de garantir maior flexibilidade nas transacções e redução dos custos de operação.

Mais recentemente, o enfoque tem sido colocado na introdução de serviços bancários móveis – *Mobile Banking*. Esta solução consiste na disponibilização de produtos e serviços bancários através da utilização de um telemóvel, ou outro dispositivo móvel, resultando do cruzamento entre a oferta de serviços bancários, proporcionados tipicamente por instituições financeiras, e os serviços desenvolvidos por operadores de telecomunicações.

Diferentes abordagens na introdução dos serviços bancários móveis

O *Mobile Banking* pode assumir diferentes formatos e abordagens. Estas poderão variar, consoante o agente responsável pela disponibilização do serviço, o objectivo da oferta, ou ainda de acordo com o tipo de mercado a que se destina.

Para além do conceito mais “tradicional” do *Mobile Banking* associado à utilização do telemóvel para aceder a serviços financeiros, tem surgido ao longo dos últimos anos um número significativo de soluções e plataformas complementares, como as *Mobile/ Electronic Wallets*.

A generalidade destas soluções diferem do *mobile* mais “tradicional” por estarem centradas no tema pagamentos. Estas soluções procuram explorar toda a cadeia de valor do processo de compra, contemplando dimensões como a pesquisa de produtos, aquisição e pagamento, serviços de pós venda, desenvolvimento de programas de fidelização, promoção de produtos complementares e publicidade.

O *mobile* mais “tradicional” apresenta também vertentes distintas. A base destas diferenças deve-se em boa parte aos agentes associados à disponibilização destes serviços. Pela sua natureza, o *Mobile Banking*, representa um objectivo estratégico quer para as instituições financeiras quer para os operadores de telecomunicações. Se por um lado a maioria dos operadores possui um conhecimento reduzido sobre as necessidades financeiras da população, as suas rotinas de poupança e de pagamentos, bem como dos serviços que estas desejam adquirir, por outro lado os Bancos não detêm, tipicamente, o conhecimento necessário para a operacionalização da componente tecnológica e de telecomunicações.

Relativamente ao *mobile* mais “tradicional”, a disponibilização de serviços bancários móveis nos países desenvolvidos está, tipicamente, associada às instituições financeiras. Estas instituições têm como principal objectivo disponibilizar aos seus Clientes um canal complementar para a realização das suas operações, como a consulta de informação, realização de pagamentos, transferências e gestão da carteira de investimentos. Esta é uma vertente do *Mobile Banking* designada de “aditiva”, na medida em que o sistema bancário se encontra perfeitamente desenvolvido e tipicamente os seus Clientes já estão financeiramente incluídos, sendo-lhes disponibilizado um canal adicional aos já existentes.

A vertente do *Mobile Banking* com maior potencial de contribuição para o processo de inclusão financeira surge associada aos mercados emergentes e em desenvolvimento. Nestes casos, são, geralmente, os operadores de telecomunicações a assumirem o papel de destaque na oferta dos serviços bancários móveis.

Países como Quênia, África do Sul, Tanzânia ou Filipinas são exemplos de sucesso da aplicação do *Mobile Banking*. Pela natureza destas geografias, os serviços bancários móveis surgem como uma abordagem “transformacional”, na medida em que os serviços são tipicamente direccionados para a população não-bancarizada.

Nestes casos, o *Mobile Banking* apresenta-se como um mecanismo para a promoção do processo de inclusão financeira, permitindo alcançar segmentos da população que, naturalmente, não estariam inseridos no sistema financeiro formal. Nos países em desenvolvimento, este mecanismo vai, provavelmente, constituir o único canal de distribuição para uma percentagem significativa da população. O utilizador poderá guardar o dinheiro electronicamente, e posteriormente, envia-lo para outros telemóveis dentro e fora da rede, de modo a que possa realizar as suas transacções financeiras. Adicionalmente, o utilizador também poderá levantar o seu dinheiro através da articulação do *mobile* com a rede de agentes ou correspondentes locais. O grande potencial desta vertente está intimamente relacionado com o facto de disponibilizar ao Cliente, a um custo marginal, o acesso rápido e flexível a serviços e produtos financeiros através de um simples telemóvel.

Telemóvel como instrumento para a inclusão financeira

Um dos factores que potencia o crescimento exponencial do *mobile* advém da rápida adopção do uso de telemóveis e outros dispositivos móveis, quer em países desenvolvidos quer nos países emergentes.

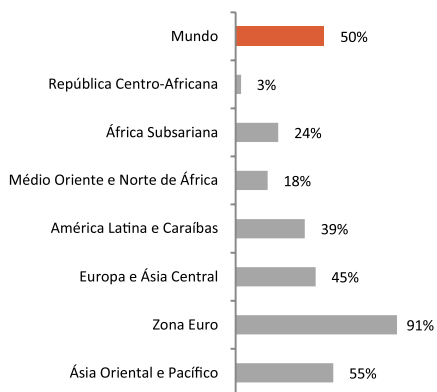
5 mil milhões
de pessoas têm acesso
a telemóveis



70%
da população
mundial

Com uma população mundial de aproximadamente 7 mil milhões de pessoas, mais de 5 mil milhões (cerca de 70% da população mundial) dispõem de acesso a telemóveis. No entanto, apenas cerca de 2,5 mil milhões (cerca de 35% da população mundial) têm acesso a conta bancária.

Gráfico 3 – Conta bancária numa IF (% pop. adulta)



Fonte: FMI; ITU

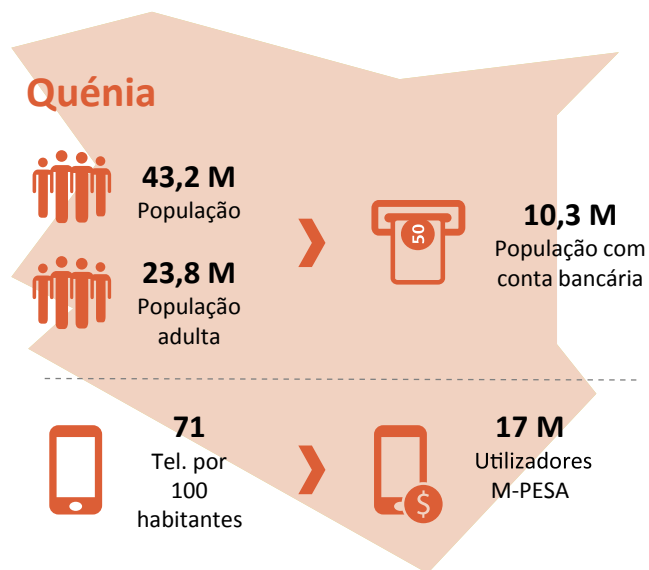
Apenas **metade da população mundial**, em idade adulta, tem conta bancária numa Instituição Financeira



Existem **93 telemóveis** por cada 100 habitantes, a **nível mundial**

A nível mundial, em 2013, aproximadamente 590 milhões de pessoas utilizaram o seu telemóvel para aceder a serviços bancários, sendo expectável que este número alcance, em 2017, mil milhões de pessoas.

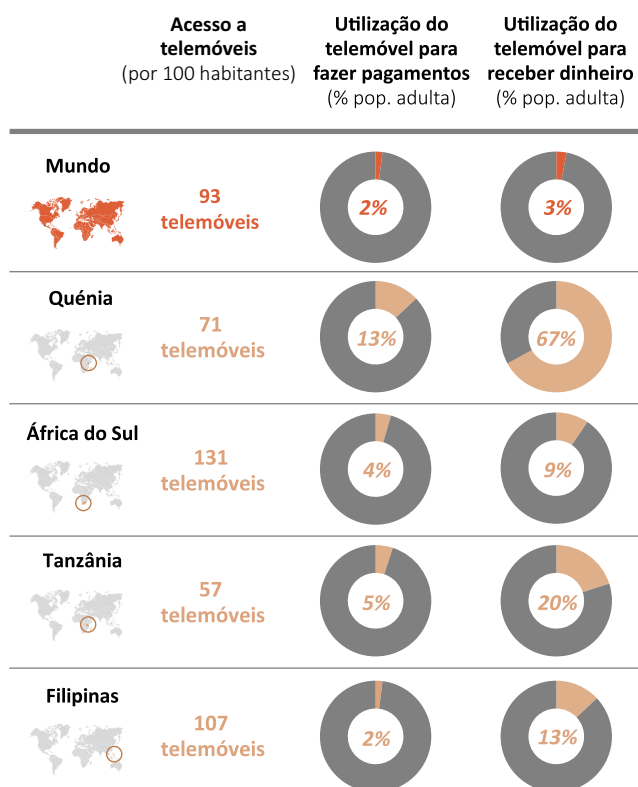
O potencial de penetração do *Mobile Banking* poderá ser facilmente compreendido com a análise dos resultados alcançados em países específicos, nos quais foram desenvolvidos serviços desta natureza. Em 2007, o operador de telecomunicações Safaricom, lançou no Quénia o M-Pesa – serviço que permite aos seus utilizadores depositar, levantar e transferir dinheiro através do telemóvel. Tendo hoje o Quénia uma população de 43 milhões de pessoas, em que apenas 10,3 milhões têm acesso a conta bancária, existiam em 2013 aproximadamente 17 milhões de utilizadores do M-Pesa.



No que concerne ao número de transacções e pagamentos tem-se verificado a nível mundial uma evolução significativa nos últimos anos, tanto ao nível do número como dos montantes transaccionados. Entre 2008 e 2013, o número de transacções passou de 30 mil milhões para 181 mil milhões, atingindo uma taxa média de crescimento anual de 43%, enquanto os montantes passaram de 71 mil milhões de USD para 862 mil milhões de USD, com uma taxa média de crescimento anual de 65%. O montante médio das transacções móveis verificou também um crescimento significativo entre 2008 e 2013, passando de 2,4 USD para 4,8 USD. As perspectivas actuais apontam para a manutenção deste ritmo de crescimento.

Esta realidade demonstra o elevado potencial dos serviços móveis no reforço da inclusão financeira da população, na medida em que uma larga percentagem da população continua a não ter acesso a serviços financeiros formais ou tem grandes dificuldades para realizar operações tipicamente simples, como depósitos, pagamentos ou o envio e recepção de remessas.

Não obstante o seu potencial, a percentagem da população que utiliza o telemóvel para fazer transacções financeiras é ainda relativamente reduzida. No entanto, é possível verificar que nos países em que foram desenvolvidas soluções estruturadas de *Mobile Banking*, é registada uma apetência superior da população na utilização destes serviços.



Fonte: FMI; ITU

Potenciação da utilização do telemóvel enquanto substituto de outros equipamentos

O potencial que advém da implementação do *Mobile Banking* está associado às capacidades dos dispositivos móveis, mas essencialmente ao facto de estas poderem ser exploradas praticamente em qualquer lugar.

Neste contexto, o *Mobile Banking* pode ser entendido como uma alternativa mais conveniente, cómoda e segura comparativamente, por exemplo, às viagens de autocarro para envio de remessas, à opção de guardar o dinheiro em casa ou à compra de activos físicos, como reserva de valor. Estes últimos mecanismos tornam-se, naturalmente, inseguros, dispendiosos e ineficientes.

Pelas suas características, o telemóvel poderá constituir um substituto de outros dispositivos, tais como os cartões bancários, terminais POS, caixas automáticas ou terminais de *internet banking*.

Cartão Bancário Virtual



Os telemóveis podem ser utilizados para guardar informações sobre os utilizadores, instituições e operadores. Os cartões SIM (*Subscriber Identity Module*), inseridos na maioria dos telefones GSM, funcionam como um cartão bancário virtual, onde o PIN do utilizador e o número de conta podem ser guardados.

Terminal POS



Os telemóveis podem ser utilizados para iniciar uma transacção e comunicar com a instituição bancária para que esta possa autorizar-la. O telemóvel funciona com as mesmas funções de um terminal POS tradicional, onde o utilizador regista os detalhes da transacção.

Caixa Automática



O telemóvel permite o levantamento de dinheiro e o acesso a poupanças através da articulação com agentes e correspondentes locais, funções igualmente existentes num ATM (Multicaixa).

Terminal de Internet Banking



O telemóvel proporciona o acesso imediato a contas bancárias e à possibilidade de realizar transacções como pagamentos e transferências.

A utilização dos serviços bancários móveis permite ao sector bancário a redução dos custos de transacção na oferta de produtos e serviços financeiros, sendo esta inversão particularmente significativa nos países com baixas densidades populacionais e baixo rendimento per capita. Neste sentido, localizações e utilizadores que estavam anteriormente excluídos dos serviços financeiros formais devido aos elevados custos de disponibilização destes serviços, passam a ser comercialmente apetecíveis através dos serviços bancários móveis.

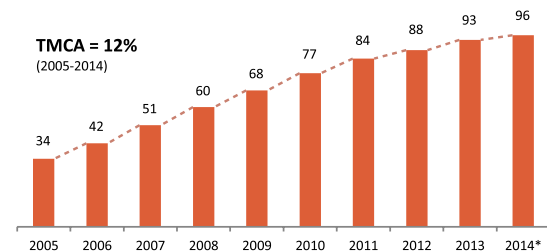
Mobile Banking como fonte de benefícios para os diversos agentes envolvidos

A implementação do *Mobile Banking*, enquanto alternativa ao modelo tradicional de distribuição dos serviços bancários, apresenta um conjunto de vantagens, a diversos níveis. O facto de esta ser uma alternativa que resulta da intersecção entre a oferta de serviços financeiros e os serviços de telecomunicações, leva a que surja um número alargado de *stakeholders* e de potenciais beneficiários, tais como instituições financeiras, operadores de telecomunicações, agentes, consumidores, instituições públicas e órgãos reguladores.

Para as instituições financeiras o *mobile* representa a possibilidade de alargar a sua base de Clientes, potenciando serviços a novos segmentos da população. Os operadores de telecomunicações por seu lado, poderão explorar o *mobile* como um veículo na disponibilização de novos produtos que fomentem a exploração e consolidação da sua base de Clientes. Os órgãos reguladores e entidades supervisoras poderão promover a utilização do *mobile* como um mecanismo adicional na promoção do processo de educação e inclusão financeira, enquanto a população em geral, passa a ter à sua disposição soluções adaptadas que permitem uma resposta efectiva às suas necessidades financeiras correntes.

Evolução do número de pessoas com acesso a telemóvel (2005 – 2014)

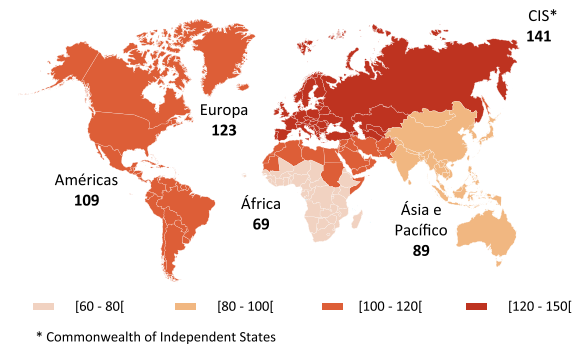
Gráfico 5 – Número de telemóveis, por 100 habitantes



* Valor previsto
Fonte: ITU

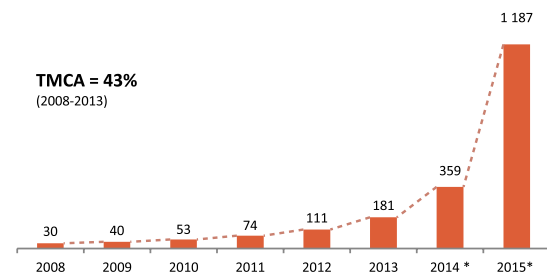
Distribuição do número de pessoas com acesso a telemóvel (2014)

Gráfico 6 – Distribuição geográfica do número de telemóveis, por 100 habitantes



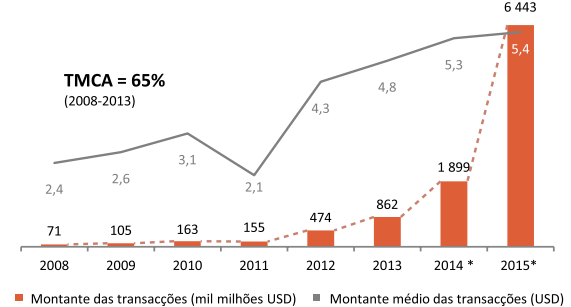
Evolução do número de transações e do montante dos pagamentos móveis mundiais (2008 – 2015)

Gráfico 7 – Número de transações (mil milhões)



* Valor previsto
Fonte: ITU

Gráfico 8 – Montante das transações (mil milhões USD)



* Valor previsto

Caracterização de benefícios

Consumidores

- Redução do risco de detenção de numerário
- Reduzida curva de aprendizagem
- Disponibilidade de novos serviços
- Facilidade de acesso
- Reduzidos custos adicionais
- Maior segurança e conveniência das transações
- Capacidade para receber e enviar remessas, nacionais e internacionais

Operadores de Telecomunicações

- Adiciona valor acrescentado aos serviços já existentes
- Aumento do volume de informação sobre os Clientes
- Aumento dos níveis de fidelização
- Novos canais para obtenção de receita
- Aumento da receita média por Cliente

Agentes/ Correspondentes

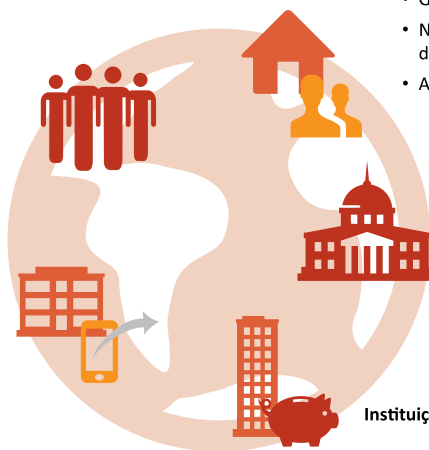
- Ganho de comissões sobre as transações
- Novas fontes de receita e aumento do volume de negócios
- Aumento do número de Clientes

Reguladores e Supervisores

- Promoção da inclusão financeira da população
- Promoção da interoperabilidade entre serviços de pagamento
- Maior formalização das transações financeiras

Instituições Financeiras

- Aumento dos níveis de fidelização
- Aumento do volume de informação sobre os Clientes
- Captação de novos Clientes
- Exploração de novos segmentos de Clientes
- Redução dos custos de distribuição



Mobile Banking: Desafios e Perspectivas Futuras

Tendo em conta a realidade dos países emergentes e em desenvolvimento, a introdução dos serviços financeiros móveis nestes mercados enfrenta um conjunto de desafios, como a segurança e facilidade de utilização, interoperabilidade de serviços e temas de natureza regulamentar.

A superação gradual destes desafios é fundamental para a evolução do *mobile* e para o desenvolvimento e consolidação do processo de inclusão financeira.

Segurança e facilidade na utilização

Para garantir um crescimento sustentado do *mobile* é essencial que sejam desenvolvidas aplicações que garantam a segurança dos seus utilizadores. O acesso a serviços financeiros móveis pressupõe que os utilizadores executam o *download* de aplicações para os seus dispositivos móveis, correndo o risco de transferir e instalar *software* não desejado. Estas circunstâncias poderão fragilizar a confiança dos utilizadores, ao mesmo tempo que colocam questões relevantes sobre a segurança e confidencialidade dos dados.

Existem algumas barreiras psicológicas por parte dos utilizadores, como a falta de confiança na utilização de dinheiro electrónico ou a falta de conhecimento sobre o uso potencial dos equipamentos móveis. Os telemóveis têm sido tradicionalmente encarados como dispositivos para a realização de chamadas e envio de SMS. O facto da generalidade da população não ter experiência na utilização de serviços financeiros formais, aumenta a probabilidade de os utilizadores cometerem erros, e de continuarem a dar preferência à utilização de moeda física.

Desta forma, e adicionalmente à segurança do *software*, estas aplicações deverão ser caracterizadas pela facilidade e rapidez de utilização, garantindo que são uma resposta prática, simples e efectiva às necessidades diárias das populações.

Interoperabilidade de serviços

De forma complementar à questão da segurança, a interoperabilidade dos serviços – capacidade para fazer transferências de dinheiro entre diferentes operadores – assume-se também como um elemento chave para o crescimento do *mobile*.

Tendo em conta a proliferação de diferentes aplicações e serviços móveis, bem como a disponibilização de transacções mais complexas, será reforçada nos próximos anos a importância deste factor para a consolidação e utilização massificada do *mobile*.

Considerando a relevância da interoperabilidade entre sistemas, em determinadas geografias já foram dados passos significativos neste tema. Em Maio de 2013, as três principais operadoras de telecomunicações na Indonésia (Telkomsel, Indosat e XL) juntaram esforços para conciliar as suas plataformas, de forma a permitir a interoperabilidade entre as suas redes. Desta forma, Clientes de cada uma das operadoras, para além das operações correntes de pagamento de contas e levantamentos e depósitos de numerário passaram a ser capazes de transferir fundos entre as diferentes plataformas.

A implementação de serviços móveis não elimina a necessidade de existência de redes físicas, capazes de disponibilizar determinada tipologia de transacções, como depósitos e levantamentos de numerário. A articulação destas duas soluções permite potenciar a qualidade e flexibilidade dos serviços e produtos disponibilizados, devendo como tal o desenvolvimento do *mobile* ser complementado com exploração das redes físicas, como a colocação de dispositivos ATM e redes de agentes locais.

Cooperação e Regulamentação

Adicionalmente, é fundamental garantir a cooperação entre os órgãos reguladores de ambos os sectores, promovendo o desenvolvimento de mecanismos de regulamentação e supervisão adaptados.

Um dos passos a assegurar é a caracterização das entidades elegíveis para desenvolver esta actividade. Em muitos países em que o *mobile* está centrado em operadores de telecomunicações, estas empresas ocupam uma zona cinzenta da legislação, não estando muitas vezes esta actividade totalmente regulamentada e supervisionada.

De forma complementar, devem ser definidas regras concretas que regulem a actividade. Em muitos dos países em que o *mobile* se encontra suportado em operadores de telecomunicações foram criadas regras para limitar a dimensão das contas, funcionalidades disponíveis e montantes máximos das transacções.

A regulamentação é uma dimensão basilar para o desenvolvimento de soluções adequadas, que permitam um crescimento sustentado do *mobile*.



Ilustração: João Catarino

Actuação futura

Tendo em conta a natureza dos serviços de *Mobile Banking*, para que possam ser desenvolvidas soluções sustentadas, o sector público e privado, as instituições financeiras e os operadores de telecomunicações, os reguladores e supervisores de ambos os sectores, terão de estar disponíveis para uma parceria de longo prazo. Esta parceria deverá ser capaz de assegurar o desenvolvimento de produtos adequados e garantir a modernização constante dos serviços financeiros móveis.

O objectivo último desta parceria deverá estar centrado em minimizar a vulnerabilidade económica de um segmento considerável da população, estimulando a sua formação e inclusão financeira. Face ao envolvimento de diferentes sectores de actividade, deverão ser criados fóruns de discussão entre os vários intervenientes, bem como ser definido um *roadmap* de estratégias e iniciativas, com o objectivo de garantir a expansão da oferta e a efectiva operacionalização dos serviços bancários móveis.

O sector público e privado, as instituições financeiras e os operadores de telecomunicações, os reguladores e supervisores, terão de estar disponíveis para uma parceria de longo prazo

Um dos elementos chave para o sucesso e crescimento do *mobile* é a comunicação com os Clientes finais, garantindo a criação de uma relação de confiança e transparência. Considerando que a mensagem final se destina fundamentalmente a segmentos populacionais localizados em áreas rurais e com pouca experiência na utilização de serviços financeiros, é crucial que a comunicação entre as instituições financeiras, os operadores de telecomunicações e os utilizadores finais seja clara e intuitiva.

Neste sentido, devem ser definidas campanhas de divulgação e sensibilização dos serviços bancários móveis, reforçando a confiança dos utilizadores e realçando a conveniência da sua utilização. Paralelamente, deverão ser criados eventos onde os utilizadores possam ter a possibilidade de esclarecer as suas dúvidas e de interagir com as instituições financeiras e os operadores de telecomunicações.

Quanto melhor for a percepção e o entendimento dos serviços oferecidos e a publicitação e demonstração dos seus benefícios, maior será a sua aceitação e utilização, e portanto maior o contributo do *Mobile Banking* para o processo de inclusão financeira da população.

Embora não exista uma solução ou modelo único capaz de ser exportado para todas as economias, o desenvolvimento contínuo de estratégias para a promoção da inclusão financeira, em geral, e do *Mobile Banking*, em particular, poderá passar pela compreensão e internalização de experiências bem sucedidas noutras geografias.



