

BANCO POSTAL

Apresentação Institucional

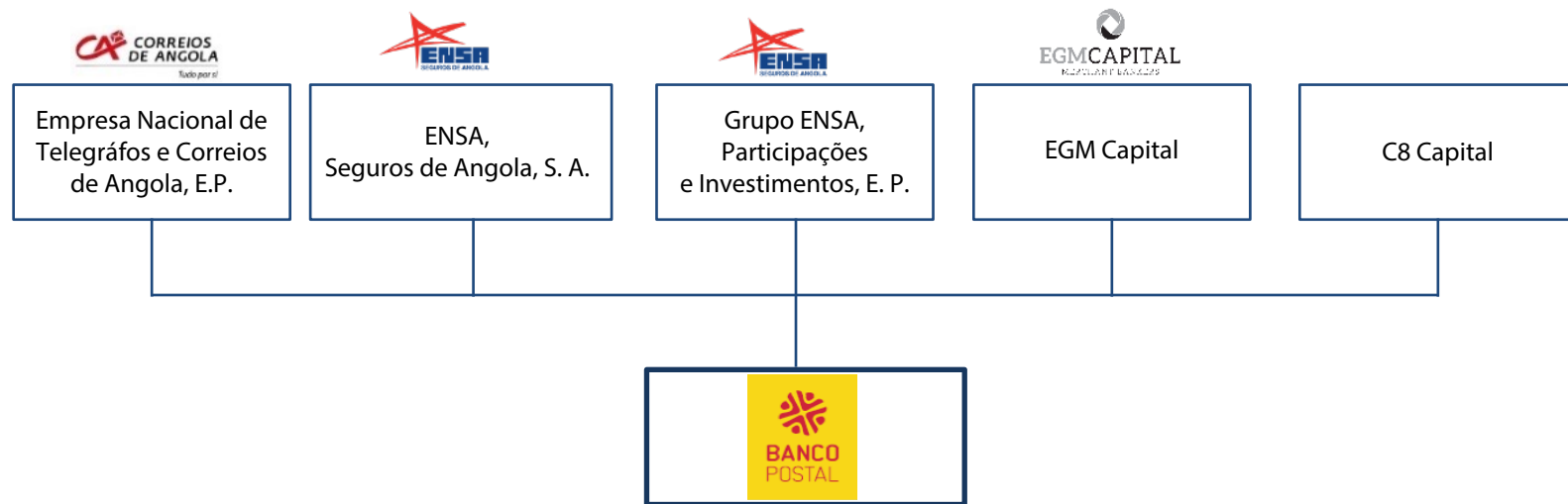
2018



O Banco Postal é uma Instituição Bancária detida por accionistas angolanos públicos e privados

Apresentação Institucional do Banco Postal

- 70% do capital social do Banco Postal é detido por accionistas privados, sendo a EGM Capital o accionista maioritário



- O Banco Postal lançou a sua operação a 21 de Março de 2017.

Agenda

Apresentação Institucional do Banco Postal

- I Banco Postal: Estratégia de Mercado
- II Caracterização das Unidades de Negócio do Banco Postal
 - A Xikila Money
 - B Comércio & Empresários
 - C Corporate & Personal
- III Governo Societário e Modelo Organizativo do Banco Postal
- IV Governação Corporativa

Para se diferenciar, o Banco Postal posiciona-se estrategicamente como multi-segmento e inovador face ao panorama do sector bancário angolano

I Estratégia de Mercado

5 posicionamentos diferentes

Focado private / affluent ¹
Focado em Corporate
Banca universal
Multi-segmento
Outro / específico

Distribuição dos principais players







Nota 1: Segmento do mercado que engloba os clientes com elevados rendimentos que procuram uma oferta bancária mais desenvolvida, pessoal e moderna

A missão do Banco Postal visa não apenas os objectivos da economia de mercado, mas também a contribuição para a revitalização da economia nacional e a inclusão social

I Estratégia de Mercado

Banco focado na inclusão e na dinamização da economia

- Um **Banco ético** na primeira linha do **combate à exclusão social, pobreza e que aposta na criação de emprego e melhoria da qualidade de vida das famílias.**
- Um Banco que **dinamiza a economia nacional**, através da promoção da inclusão financeira e a **formalização das actividades comerciais.**

Sinal de segurança e confiança no sector bancário

- Um Banco que dá um **sinal de segurança no sector bancário**, com **investimentos públicos e privados**, projectando uma **imagem de confiança** no futuro da economia nacional.

Banco eficiente e eficaz diferenciado pela inovação

- Um Banco que contribui de forma premente para a **inovação no sistema bancário**, através da criação de produtos adaptados ao segmento de mercado de rendimento mais baixo.
- Um Banco com uma **nova imagem**, que se apresenta como **moderno e ético**, do ponto de vista da opinião pública.

Desta forma, o Banco Postal vai operar através de 3 Unidades de Negócio autónomas para dar resposta aos 4 segmentos de clientes que definiu como alvo

I Estratégia de Mercado

3 marcas sobre as quais o Banco irá operar

4 segmentos correspondentes

Racional de escolha dos segmentos



1 Mass market (particulares rendimento médio e baixo)

- Segmento composto por particulares com rendimento médio, médio-baixo e baixo que não se encontram bancarizados.
- Restante população deste segmento que apesar de bancarizada não é adequadamente servida.



2 Pequenas empresas e empresários

- Segmento composto por pequenas empresas e empresários que hoje se encontram na economia formal e informal e que são marginalmente servidas por Bancos e Instituições de micro finanças.



3 Médias e grandes empresas

- Segmento composto por empresas de dimensão onde o Banco pretende ter um foco tácito, por via da introdução selectiva de produtos e serviços inovadores.

4 Particulares elevado rendimento

- Segmento composto por clientes com rendimento elevado que o Banco irá servir de modo eficiente através de canais de comunicação modernos e de produtos inovadores.

O Xikila Money visa servir os segmentos de particulares não bancarizados através de uma oferta de serviços móveis inovadora

II Xikila Money



Estratégia

- Uma **rede física de distribuição baseada em agentes (terceiros) e postos bancários (quiosques) dedicados**, com uma marca própria e ajustada à oferta comercial.
- Está focada no segmento de clientes **particulares não bancarizados e não servidos adequadamente**, constituído por particulares com rendimento médio, médio-baixo e baixo.
- É uma **peça fundamental para a missão de proximidade** e de desenvolvimento do Banco Postal, e serve de alicerce para a restante operação.

O Xikila Money está focado no segmento de particulares não bancarizados e na restante população deste segmento que embora bancarizada não encontra resposta satisfatória no sistema financeiro tradicional.

II Xikila Money



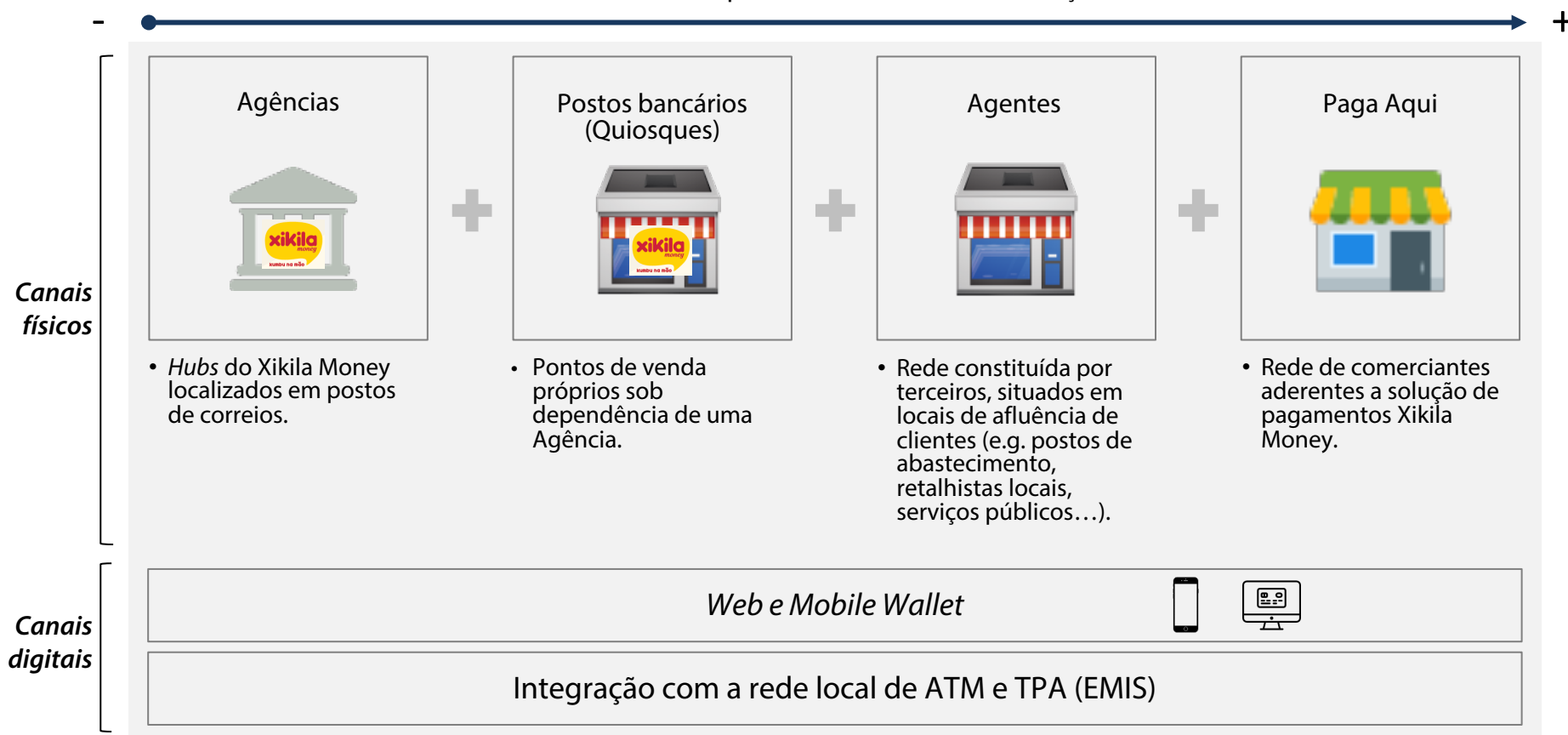
Oferta

- Rede de distribuição apoiada por **postos bancários (quiosques)** dedicados e por agentes (terceiros). Cada agência Xikila Money funciona como um hub para 50 postos bancários (quiosques).
- **Solução inovadora de serviços financeiros, via telemóvel e de baixo custo** facilitando o acesso a pagamentos, transferências, poupanças e crédito.
- Acesso ao **sistema nacional de pagamentos**, por meio de ligação ao sistema *Swift*.
- Acesso a Rede **Paga Aqui**: comerciantes aderentes ao modo de pagamentos através da solução Xikila Money.
- Acesso às principais *Utilities* que operam no mercado para pagamento de contas e serviços
- Modelo de *scoring* de crédito para operações simples de crédito ao consumo.

A rede de distribuição física do Xikila Money é constituída por vários canais com diferentes potenciais de capilaridade

Capilaridade da rede de distribuição do Xikila Money

Potencial de capilaridade na rede de distribuição



O Comércio & Empresários é a aposta do Banco Postal no segmento de pequenas empresas e empresários, privilegiando a oferta de crédito

II Comércio & Empresários



Estratégia

- O Comércio & Empresários tem com alvo potencial as pequenas empresas e empresários que se encontram na economia formal e informal e que são marginalmente servidas por Bancos e instituições de microfinanças.
- Implementação de processo de aprovação de crédito robusto – adaptado a este segmento devido ao risco associado à concessão de crédito são os factores críticos de sucesso.

O Comércio & Empresários é a aposta do Banco Postal no segmento de pequenas empresas e empresários, privilegiando a oferta de crédito

II Comércio & Empresários



Oferta

- Pequena rede de Centros de Negócio dedicados e complementada por uma **Força de Vendas inovadora** proporcionando um serviço diferenciado e centrado no cliente.
- Produtos e serviços adaptados ao segmento de clientes, **com enfoque em soluções de crédito de baixo risco.**
- Processo de aprovação de crédito robusto, **apoiado nas melhores práticas em termos de modelos de *scoring*.**
- Modelos de pricing apoiado não apenas no risco de crédito inerente ao segmento mas também na rentabilidade total dos clientes.
- Acesso a solução de pagamento móveis e aos canais de distribuição físicos do Xikila Money para operações simples de depósitos, levantamentos, pagamento e transferências.

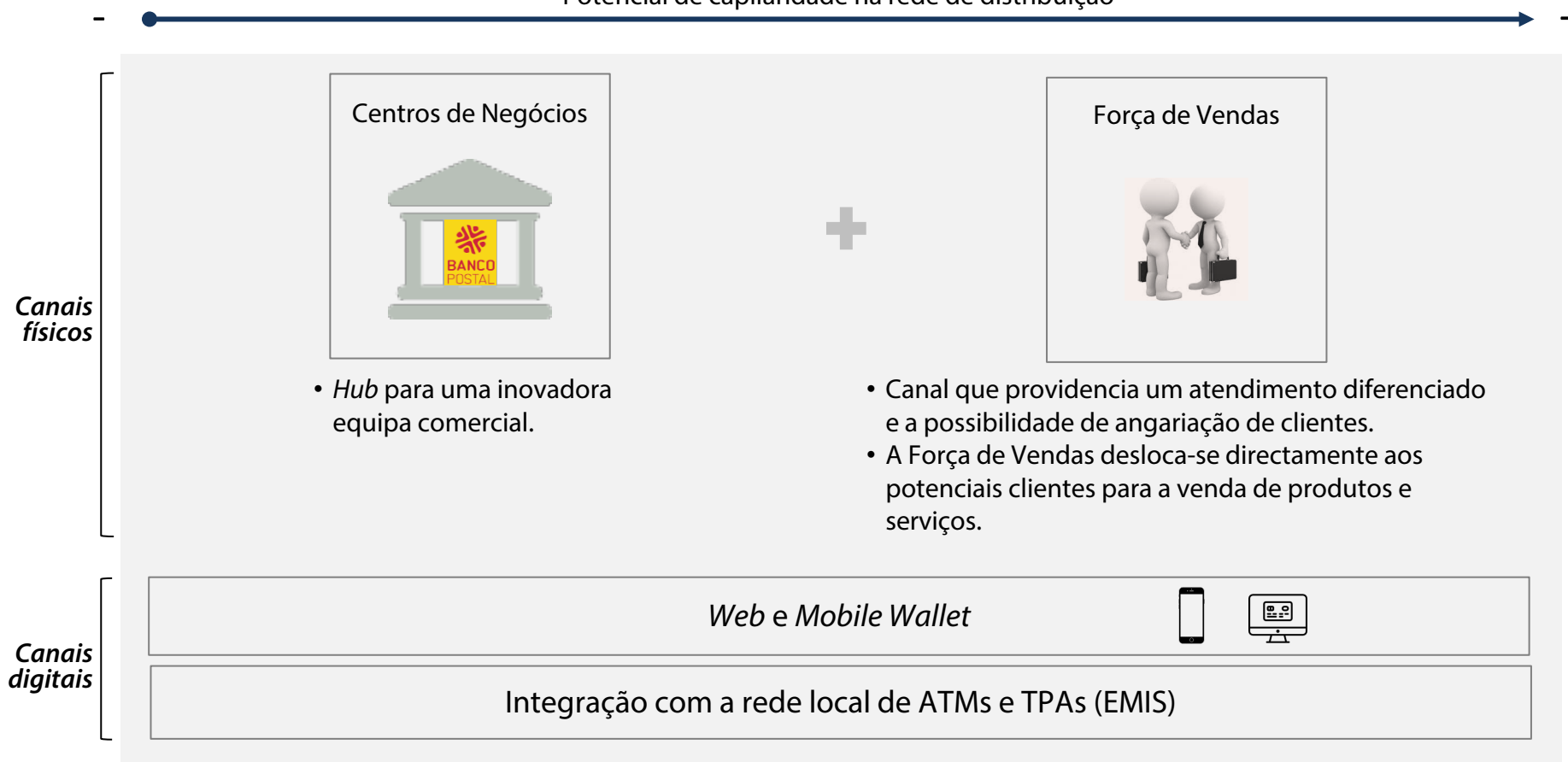
Numa abordagem omni-canal, o Banco Postal vai ao encontro do comércio e dos empresários através da rede física e da banca à distância

II Comércio & Empresários



Rede de distribuição do Banco Postal Comércio & Empresários

Potencial de capilaridade na rede de distribuição



O Corporate & Personal visa clientes particulares e empresariais de elevados rendimentos através de uma oferta diferenciadora

II Corporate & Personal



Estratégia

- O Banco Postal optou estrategicamente por lançar a Unidade de Negócios **Corporate & Personal** cujo foco está em dois segmentos de maior valor.
- **Médias e grandes empresas:** Segmento constituído por empresas de dimensão onde o Banco pretende ter um foco tácito, por via da introdução selectiva de produtos e serviços inovadores.
- **Particulares com elevado rendimento:** Segmento constituído por clientes com rendimento **elevado** que o Banco tem capacidade de dinamizar e rentabilizar através de parcerias e de produtos inovadores.

O Corporate & Personal visa clientes particulares e empresariais de elevados rendimentos através de uma oferta diferenciadora

II Corporate & Personal



Oferta

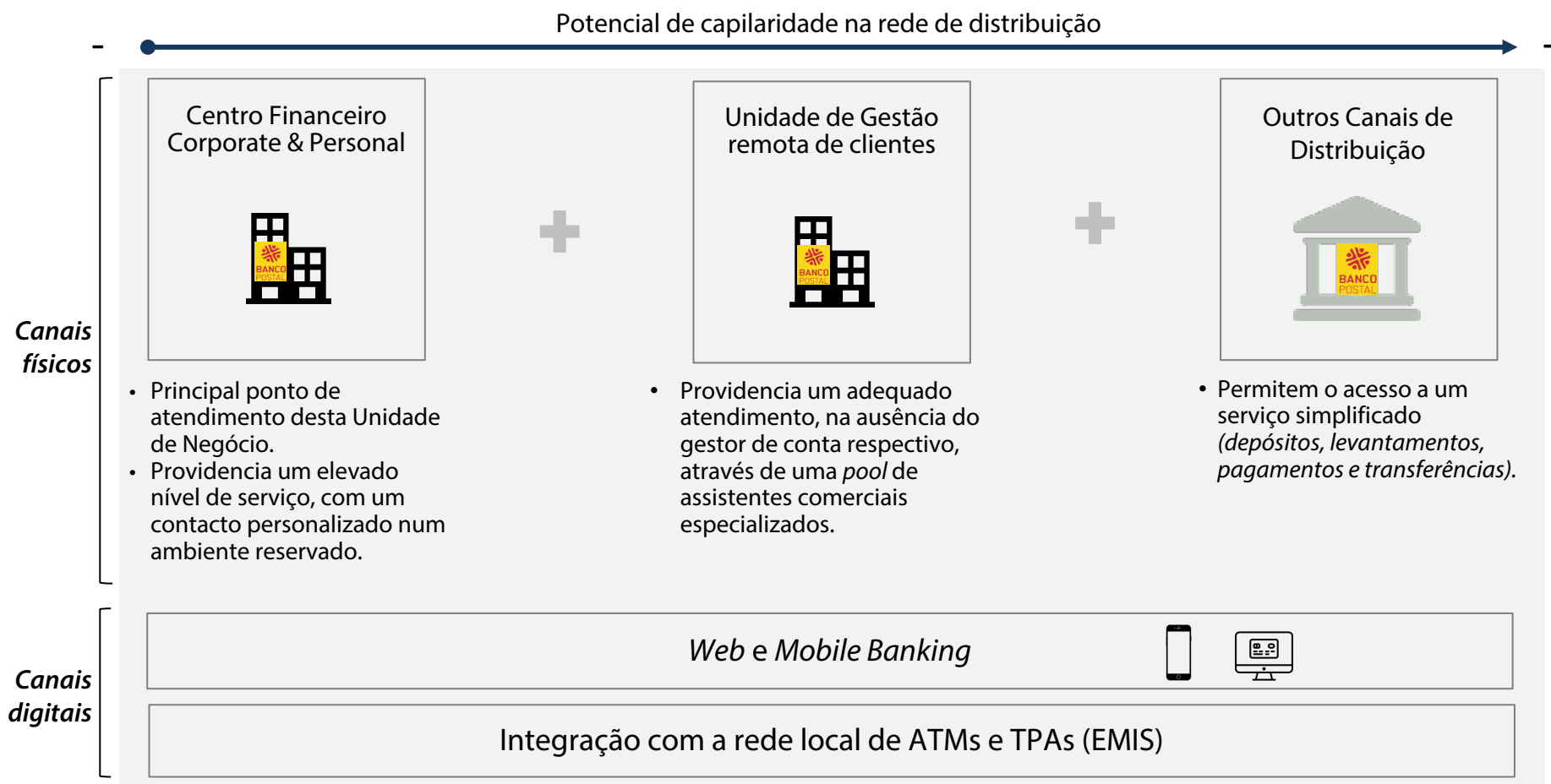
- Localização física: edifício Escom, em Luanda.
- Acesso a **rede física de Agência do Xikila Money e do Comércio & Empresários** para operações simples de depósitos, levantamentos, pagamentos e transferências.
- **Produtos e serviços adaptados ao respectivo segmento de mercado**, com enfoque em operações de trade finance, FX e capital market products.
- Adopção das melhores práticas ao nível do *internet Banking e mobile banking*.

Os canais de distribuição operam em sintonia para providenciar uma experiência omni-canal com elevados níveis de serviço

II Corporate & Personal

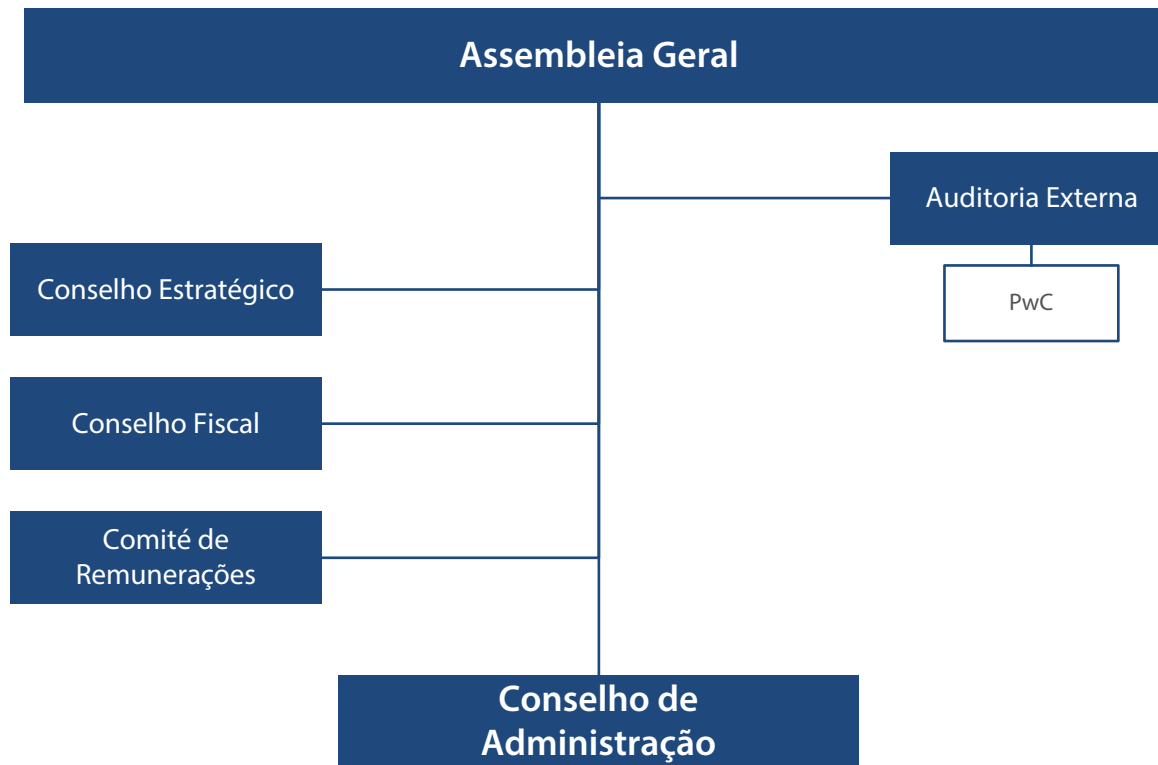


Rede de distribuição do Banco Postal Corporate & Personal



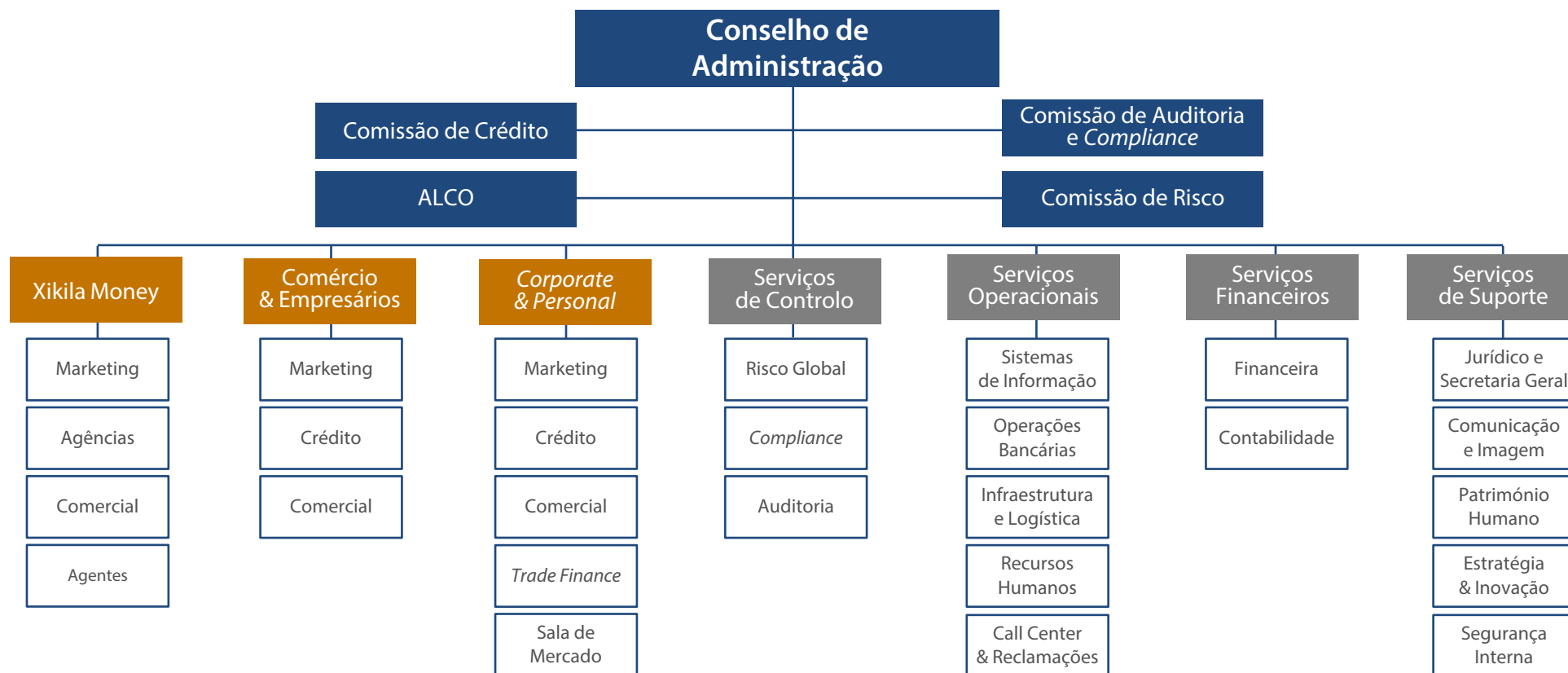
O modelo societário do Banco Postal tem por base uma Assembleia Geral e um Conselho de Administração. Um auditor externo irá auditar as suas contas

III Governo Societário



O modelo de governo societário do Banco Postal tem por base um Conselho Estratégico e um Conselho de Administração

III Modelo Organizativo



A Estrutura de Gestão do Banco Postal é liderada pelo Conselho de Administração, composto pelo seu Presidente e dois Administradores

IV Gestão Executiva



N' GUNU OLÍVIO NORONHA TINY
Presidente do Conselho de Administração

- Licenciado em Direito na Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa.
- Doutorando pela LSE e Visiting Scholar na Harvard Law School.
- Presidente do Conselho de Administração do Grupo Emerald.
- Foi membro do CA da DeBeers Angola.
- Foi Chairman e membro fundador da Eaglestone.
- Foi consultor do Goldman Sachs e do Carlyle Group.
- Foi Presidente da Mesa da Assembleia Geral no Finibanco Angola



JOÃO CARLOS SILVA FREIRE
Administrador
Responsável pela Unidade de Negócio
Corporate & Personal

- Licenciado em Organização e Gestão de Empresas, e pós graduações em Operação Bancária e Desenvolvimento de Estratégia de Liderança pela Universidade Católica Portuguesa e em Desenvolvimento de Estratégia pelo IESE Business School da Universidade de Navarra.
- Foi membro da Comissão Executiva do Deutsche Bank – Portugal, onde coordenou a área de negócio de “Private, Personal & Business Clients”.
- Foi Director Geral do Millennium BCP.



CARLA YESSÉNIA DE LOUSADA LOURENÇO
EVANGELISTA DE JESUS
Administradora
Responsável pela Unidade de Negócio
Comércio & Empresários

- Licenciada em Gestão de Empresas pela Universidade Gregório Semedo.
- Pós-graduada em Gestão pela Universidade do Minho - Portugal.
- Foi Directora Comercial no Banco de Fomento de Angola (BFA).
- Foi membro da Comissão de Crédito no Banco BFA.
- Foi Directora Comercial no Banco VTB África.
- Foi Gerente de Balcão no Banco BCI.



BANCO

POSTAL

É PARA SI