



**O BFA ambiciona reforçar a sua posição de liderança no mercado angolano, num permanente comprometimento com os seus Clientes, com o crescimento pessoal e profissional dos seus Colaboradores, com a criação de valor para os seus Accionistas e com o desenvolvimento sustentável de Angola.**

#### VALORES DA MARCA

A identidade da Marca BFA é o reflexo da sua cultura financeira e empresarial. Os traços essenciais dessa cultura são a independência da gestão, a flexibilidade organizativa, o trabalho de equipa, a distinção do mérito, a capacidade de antecipação, a rigorosa administração de riscos e a segura criação de valores para os diferentes "stakeholders". O ADN de uma instituição afirma-se através de atributos próprios, que ganham consistência e credibilidade na relação que todos os dias se estabelece com os Clientes e com a Comunidade em geral. O BFA valoriza especialmente dois desses atributos: a Experiência e a Harmonia. A Experiência é o resultado da formação das suas equipas e do importante património profissional acumulado ao longo da história do Banco no mercado nacional. A Harmonia exprime a permanente ambição de servir os Clientes e a Comunidade com os mais elevados padrões de ética e qualidade. É um

propósito projectado para o futuro, determinado pela constante aposta na melhoria contínua.

#### PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

O BFA serve todo o tipo de Clientes – particulares, pequenas, médias e grandes empresas - de forma segmentada e especializada nos produtos e serviços e na rede comercial que os acompanha. O seu objectivo é promover a qualidade de serviço e o relacionamento com cada um dos seus Clientes.

Alinhado com esta estratégia e decorrente do

novo desafio colocado às empresas do sector petrolífero com a implementação da nova lei sobre o regime cambial, o BFA aprofundou a abordagem segmentada do mercado, com a criação do Centro de Empresas Oil & Gas Operator. Este centro de empresas disponibiliza um conjunto de serviços especificamente desenhados para dar resposta às suas necessidades, privilegiando a eficiência operacional e a segurança na realização das operações. Como forma de reforçar o empenho na melhoria da qualidade de serviço, o BFA mantém a

liderança entre os bancos privados no que se refere à rede de distribuição, cobrindo todo o território nacional e promove activamente a criação e desenvolvimento de pontos alternativos de contacto com o Banco. Neste âmbito, reformulou o BFA Net e o BFA Net Empresas, mantendo a excelência da usabilidade e introduzindo novas funcionalidades, como a criação e gestão de listas de beneficiários nas transferências, processo de login com recurso exclusivo ao teclado virtual e, em especial para as empresas, aumento dos critérios de validação da informação no processamento de transferências em bloco, nomeadamente no pagamento de salários. O BFA irá manter a sua estratégia de gestão de produtos e serviços, apostando em soluções inovadoras que permitam dar respostas cada vez mais eficientes aos seus Clientes e confirmar o BFA como o principal parceiro na prestação de serviços financeiros em Angola.



**Sou 1 em 800 mil  
mas tratam-me como se fosse o único.**



## MERCADO

O sector bancário tem tido um crescimento muito rápido nos últimos anos, conduzindo ao aparecimento de novas instituições e, conseqüentemente, ao aumento da concorrência. Em resposta a este novo desafio, o BFA continuou a apostar numa política de alargamento da sua Rede de Balcões para que a população angolana tenha acesso cada vez mais facilitado aos serviços bancários, com a máxima qualidade. Esse é o compromisso do BFA com Angola e com os angolanos.

**BFA SMS**  
**O seu Banco por SMS.**

- Consulta de Saldos, Movimentos, IBAN e Câmbios
- Seguro e muito fácil

BFA

A estratégia dominante do Banco tem sido a aposta no crescimento orgânico, que se traduz na expansão comercial do BFA por todo o território Nacional com uma rede composta actualmente por 168 unidades comerciais, distribuídas pelas 18 províncias do País, reforçando desta forma, a liderança no mercado.

## COMUNICAÇÃO

Em 2012, o BFA deu continuidade à sua estratégia de comunicação, apostando na qualidade e na inovação da sua oferta, e na

**Programa Angola Investe**  
**Queremos ver Angola crescer.**

- Micro, pequenas e médias empresas certificadas pelo INAPEM
- Juros bonificados com taxa máxima de 5%
- Acesso ao Fundo de Garantia até 70% do Crédito

ANGOLA INVESTE BFA

a conhecer aos seus Clientes dois importantes mecanismos que permitem financiar projectos de investimento, com juros bonificados e/ou com recurso a um mecanismo de garantias públicas (garantias do estado). A campanha teve como mote "Queremos ver Angola crescer".

## VANTAGENS COMPETITIVAS

O BFA apresenta indicadores expressivos da solidez do seu balanço e é o único Banco angolano integrado no World Trade Program do IFC, o braço do Banco Mundial para o sector privado. A par do lançamento de produtos e serviços inovadores, o BFA investe continuamente na segurança e qualidade dos processos, sistemas e funcionalidade dos seus canais online, de forma a garantir maior automatização, simplificação, rapidez e segurança no tratamento das operações solicitadas pelos seus Clientes. Como consequência, o desempenho do Banco tem merecido, ao longo dos últimos anos, o reconhecimento público em diversas categorias e áreas relevantes da actividade financeira, de acordo com a avaliação de diferentes entidades independentes, nacionais e internacionais. Entre outras distinções atribuídas ao BFA, merecem especial destaque: "Melhor Banco em Angola" pela 3ª vez consecutiva pela revista EMEA Finance; "Banco do ano" atribuído pela revista "The Banker"; e "Straight Through Processing Excellence Award", do Deutsche Bank Finance atribuído pela 9ª vez consecutiva.

## SABIA QUE:

- Em 2005, foi criado o Fundo Social BFA com o objectivo de apoiar iniciativas nos domínios da saúde, educação e solidariedade social. Este fundo foi financiado com 5% dos lucros obtidos nos exercícios de 2004 a 2009, contando no final de 2012 com uma dotação disponível de 18,8 MU\$.
- O BFA completa 20 anos de existência a 9 de Julho de 2013. Fundado em 1990 com a abertura de um escritório de representação do antigo Banco de Fomento Exterior (BFE) e após ter sido adquirido pelo Grupo BPI, em Agosto de 1996 passou a Banco de Fomento Angola, com estatuto de entidade de direito angolano em Julho de 2002. O conselho de Administração do BFA e o seu colectivo de colaboradores pretende comemorar este marco histórico com entusiasmo e esperança renovada com todos os seus Clientes e público em geral.

consolidação da sua Marca.

Com a campanha 800 mil Clientes, o BFA pretendeu reforçar o seu posicionamento enquanto Banco líder de mercado em experiência, inovação e solidez. O mote da campanha "Sou 1 em 800 mil, mas tratam-me como se fosse único" reforça o empenho do BFA relativamente à qualidade de serviço e ao seu comprometimento com o desenvolvimento de Angola e dos angolanos.

A Campanha BFA SMS teve como objectivo a divulgação do serviço SMS Banking, que permite aos Clientes realizarem operações de consulta de operações usando o telemóvel. Através do BFA SMS, o Cliente passou a aceder à sua conta 24 horas por dia, em qualquer lugar e com total segurança, comodidade, flexibilidade e rapidez. A campanha teve como mote "O seu Banco por SMS".

No âmbito da implementação do Programa de Desenvolvimento das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME) denominado "Angola Investe", criado pelo Governo de Angola, o BFA lançou em Outubro de 2012 uma campanha para dar

**emeafinance**  
Europe • Middle East • Africa



### 2009

"Melhor Banco em Angola" pela revista EMEA Finance Magazine.

### 2010

Assinatura do protocolo com o Governo angolano para a adesão ao sistema de pagamentos da remuneração dos Funcionários Públicos (SRAP).

### 2011

"Melhor Empresa do Ano do Sector Financeiro", pela Deloitte na primeira edição dos Prémios Sirius.

### 2012

"Melhor Banco em Angola" pela revista The Bankers e "Banco do Ano" pela EMEA Finance Magazine. Abertura do Centro de Empresa Oil & Gas Operator, um serviço especializado e totalmente dedicado a empresas do Sector Petrolífero.