



www.bfa.ao

O BFA é uma das Marcas de Excelência do País e desde o início da sua atividade, o Banco tem consolidado o seu apoio ao desenvolvimento económico de Angola e a sua posição destacada no mercado é resultado do empenho de uma vasta equipa que apostou no crescimento e aperfeiçoamento da sua organização e estrutura.

Valores da Marca

A identidade do BFA está marcada pela cultura financeira e empresarial do maior Banco privado angolano. 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 valor, para os diferentes "stakeholders".

A adequada rentabilidade do Banco, através das melhores práticas de gestão e de serviço, constituem um objetivo essencial da sua atividade. A proteção dos interesses dos Clientes, com dedicação, lealdade e sigilo, é um dos primeiros princípios da ética empresarial e das normas de conduta dos Colaboradores do BFA. A Identidade 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. O BFA valoriza especialmente dois desses atributos: a Experiência e a Harmonia. A Experiência é o reflexo da formação das suas equipas e do importante património profissional acumulado

ao longo da história do Banco no mercado nacional. Traduz-se na dimensão da sua presença comercial, na solidez dos seus indicadores financeiros, na segurança do seu crescimento e numa comprovada

capacidade de realização e liderança.

À Experiência o Banco que associar a Harmonia, que exprime a permanente ambição de servir os Clientes e a Comunidade com os mais elevados padrões

de ética e qualidade. É um propósito projetado para o futuro, sempre em aberto, determinado pela constante vontade de aperfeiçoamento que lhe permitirá fazer melhor. É o seu objetivo mais exigente e, em última análise, o que justifica todos os outros.

Produtos e desenvolvimentos futuros

Ao longo dos anos, o BFA desenvolveu e implementou, um conjunto de produtos e soluções financeiras que mudaram a vida dos angolanos e introduziram novos instrumentos de relacionamento com os seus Clientes e que permitiram tanto a aceleração do processo de bancarização como a dinamização do sistema financeiro nacional. Para além do processo de criação de novos produtos, a estratégia de inovação do Banco passa por consolidar os produtos e serviços existentes e consequentemente aumentar os níveis de qualidade de serviço. É assim que o Banco tem desenvolvido o segmento dos canais remotos (BFANet, cartões de débito e crédito, terminais de pagamento automático), aumentado o investimento nesta área, resultando no aumento

Crescemos com Angola.

- Mais de 1.800 Colaboradores
- Mais de 670.000 Clientes
- Mais de 130 Balcões em todo o país

O BFA é o seu Banco em Angola. Estamos cada vez mais perto dos angolanos, reforçando, todos os dias, o nosso principal compromisso: fazer mais e melhor pelos cidadãos e empresas, colocando à sua disposição as soluções financeiras mais competitivas. Acreditamos em Angola e vamos continuar a investir no seu futuro, dia após dia. Angola e o BFA não vão parar de crescer.

Para mais informações sobre a nossa oferta, dirija-se a qualquer Agência, Centro de Empresas ou Centro de Investimento BFA ou consulte www.bfa.ao



das operações efetuadas, com especial destaque nas operações de levantamento de dinheiro, consulta de saldo, pagamento de salários e transferências, retirando a pressão aos canais de distribuição tradicionais.

Mercado

O crescimento da economia angolana tem sido acompanhado pelo crescente número de instituições financeiras. Por este motivo o Banco Central, tem vindo a persuadir os Bancos comerciais a elevarem os seus índices de captação de clientes para deste modo aumentar a taxa de Bancarização da população. O BFA continua a ser o Banco com maior preferência por parte da população, registando hoje, mais de 800 mil Clientes. No período entre 2008 e 2010, o BFA mais do que duplicou a sua taxa de penetração de mercado (cerca de 1.65 vezes mais que o crescimento do índice de Bancarização no mesmo período) o que correspondeu, no final de 2010, a uma taxa de penetração de 13.5%. De destacar também que o BFA terminou o ano de 2010 como líder de mercado em depósitos, com 19.2% de quota de mercado, bem como o crescimento do Banco nos recursos captados em moeda nacional, tendo aumentado 2,9% a quota de mercado e terminando o ano com 14,4%.

Comunicação

No âmbito de uma política de investimento definida, em 2010 o BFA adotou uma estratégia de comunicação transversal baseada nos moldes já estabelecidos: Concessão de patrocínios aos eventos e atividades mais importantes da comunidade e reforço da presença nos principais meios e suportes de comunicação. Procurando diversificar a metodologia de comunicação para atingir diferentes segmentos da sociedade, o BFA desenvolveu 5 campanhas: Crescemos com Angola, Western Union, Angola 35 anos,

Taxa de Circulação e Funcionário Público. Com a campanha " Crescemos Com Angola" o BFA pretendeu realçar o seu papel preponderante no desenvolvimento de Angola, em todos os seus domínios. A mensagem foi vinculada através de um anúncio de televisão que retratava a história do crescimento de um cidadão, evidenciando a presença do BFA em todos os principais momentos da sua vida (nascimento; poupança; aniversário; aquisição de casa; entre outros). De salientar, o reforço do anúncio através de duas imagens (utilizadas em outdoors e imprensa) protagonizadas por duas figuras públicas angolanas - Paulo Flores (músico) e Lesliana Pereira (apresentadora de televisão). No dia 11 de novembro, Angola comemorou 35 anos de independência sob o lema "Independência, Paz e Desenvolvimento". O BFA participou nos festejos através da campanha "Angola 35 Anos" que enalteceu um dos mais importantes factos da história Angolana. O BFA foi um dos primeiros bancos privados a assinar o protocolo com o Governo Angolano para a adesão ao Sistema de Pagamentos da Remuneração dos Funcionários Públicos (SRAP). O Banco participou ativamente no projeto e nos grupos de trabalho criados com vista à bancarização e descentralização do processamento dos salários dos funcionários públicos. Para o lançamento desta importante iniciativa lançou a campanha " Soluções Funcionário Público", com três objetivos: Bancarização dos funcionários públicos; captação de Clientes do segmento funcionário público e domiciliação dos salários dos funcionários públicos. O objetivo da campanha "Taxa de Circulação" foi informar Clientes e potenciais Clientes dos segmentos Particulares e Empresas, sobre a venda de selos de taxa de circulação na Rede de Balcões. O BFA comercializa selos de taxa de circulação desde que o Ministério das Finanças que anualmente promove a venda, decidiu descentralizar o processo. Nestas ações o BFA investiu

Factos que desconhece

Em 2010, com a abertura do primeiro Balcão do BFA na província do Kwanza-Norte, tornou-se efetiva a expansão da Rede Comercial do Banco em todas as províncias do país.

O BFA foi um dos primeiros bancos privados a assinar o protocolo com o Governo Angolano para a adesão ao Sistema de Pagamentos da Remuneração dos Funcionários Públicos (SRAP).

mais uma vez na inovação como aspeto diferenciador no sistema financeiro angolano e na oferta de novos serviços e soluções aos seus Clientes.

Vantagens competitivas

Com mais de 830 mil Clientes, o BFA tem como objetivo a curto prazo continuar a melhorar a qualidade de serviço e o acompanhamento dos seus Clientes, prosseguindo a sua política de inovação e qualidade, imperativos na gestão da sua oferta. O BFA tem-se proposto, ao longo da sua atividade, reforçar a imagem da sua Marca enquanto Instituição que adequa a sua oferta às necessidades específicas de cada segmento, criando vantagens claras para os Clientes, para os quais o BFA se compromete em disponibilizar um nível de serviço de excelência.

É nesta perspetiva que o BFA tem sido distinguido com inúmeros prémios, nomeadamente "Melhor Banco em Angola", pela revista inglesa EMEA Finance e, pela 9ª vez consecutiva, com o prémio STP (Straight Through Processing) Excellence Award, atribuído pelo Deutsche Bank Trust Company Américas, pelo elevado índice de processamento automático das operações sobre o estrangeiro.

2002

Estatuto de entidade autónoma de direito angolano, com capital equivalente a USA 30 milhões.

2006

Inauguração do primeiro Centro de Investimento BFA – unidade especializada na oferta de serviços financeiros personalizados.

2007

O BFA foi o primeiro banco a lançar em todas as suas caixas automáticos o levantamento de dinheiro com Cartões de Crédito e Débito VISA.

2009

"Melhor Banco em Angola" pela revista EMEA Finance.