



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 objectivo é a melhoria contínua da qualidade



do serviço e do relacionamento com cada um dos seus Clientes. Como forma de alcançar estes objectivos, o BFA tem-se mostrado empenhado na expansão da sua rede comercial, finalizando o ano de 2013, com um total de 175 balcões em todo o país, dando assim cumprimento à sua política de proximidade e de melhoria do serviço aos Clientes. Neste contexto, continuou o esforço de desenvolvimento de pontos alternativos de contacto com os seus Clientes, destacando-se, em 2013, o lançamento do novo site público, marcando assim o início de uma nova dinâmica nos canais digitais. Totalmente redesenhado, o site www.bfa.ao inclui novas e atractivas funcionalidades, assente numa tecnologia recente, com uma nova imagem e um

processo de gestão de conteúdos mais eficaz que potencia este canal como uma peça central na comunicação do BFA e na sua interacção com os Clientes. No âmbito da resposta aos desafios colocados pela implementação da última fase da nova lei cambial aplicada ao sector petrolífero, o

SABIA QUE:

- O BFA financiou a aquisição de equipamento, no valor de 5,3 milhões de AKZ, para o Centro de Apoio ao Doente Anémico, do Hospital Pediátrico David Bernardino, dotando-o de melhores condições de atendimento às crianças em regime ambulatorio.

SABIA QUE:

- No âmbito das comemorações dos 20 Anos + 1 Milhão de Clientes, o BFA realizou um conjunto de actividades, de forma a dar a conhecer aos Clientes e ao público em geral a vertente de solidariedade social do Banco, destacando-se a exposição BFA 20 Anos de Arte, uma exposição de pintura e escultura do acervo artístico do Banco.
- Decorrente de acções de solidariedade social, o BFA associou-se a um projecto denominado Palanca Parade que envolveu artistas, Marcas e empresas angolanas, cujo objectivo é angariar apoios para crianças desfavorecidas que precisam de pequenas cirurgias para corrigir deficiências físicas. No âmbito desta iniciativa, o BFA convidou o artista plástico Guilherme Mampuya, para pintar a Palanca BFA.
- Foi lançada, em 2013, a primeira edição da revista interna BFA YETU, cujo objectivo é a partilha de algumas das actividades das diferentes áreas de negócio do Banco e dos seus colaboradores.

BFA reforçou a estratégia de segmentação com o aprofundamento da oferta de valor para as empresas deste sector, operadores e prestadores de serviços, através da consolidação da estrutura do Centro de Empresas Oil & Gas – Operators e da criação do Centro de Empresas Oil & Gas – Vendors, que pretende assegurar uma resposta adequada às necessidades específicas das empresas prestadoras de serviços às empresas do sector petrolífero, com as mesmas preocupações no que se refere à qualidade de serviço. Em 2013, o BFA mantém a liderança entre os bancos privados no que se refere aos cartões de débito e TPA e captou mais de 120 mil novos Clientes, superando a fasquia de 1 Milhão de Clientes e afirmando-se como uma referência na banca de retalho em Angola.

MERCADO

A nova lei cambial aplicada ao sector petrolífero representou um desafio significativo para o sector bancário angolano e uma alteração substancial no funcionamento do mercado cambial. O sector petrolífero passou a ter a obrigatoriedade de realizar todos os pagamentos de encargos tributários e de bens e serviços fornecidos por entidades residentes e não residentes em moeda nacional, a partir de uma instituição financeira domiciliada em Angola. Com esta mudança, e como resultado

da sua estratégia de aprofundamento da segmentação materializada na criação dos dois centros de Empresas Oil & Gas, o foco e a rápida resposta do BFA geraram um aumento considerável do volume de operações cambiais que permitiram reforçar o seu posicionamento como participante activo no mercado cambial interbancário e materializá-lo como o principal Banco a actuar junto das empresas operadoras e prestadoras de serviços ao sector petrolífero. Num contexto de forte concorrência, o activo cresceu 12.1% e num cenário fortemente influenciado pela descida significativa das taxas de juro do Kwanza, o ano do BFA foi marcado pela recuperação da margem financeira e pelo forte crescimento dos Lucros de Operações Financeiras. Estes factores, conjugados com uma criteriosa gestão de custos, traduziram-se num aumento do resultado de 12.5% e na melhoria dos indicadores de rentabilidade e de solvabilidade do Banco: Rentabilidade do Activo de 3.0%; "Return on Equity" de 31.6%; "Ratio Cost-to-income" de 39.9% e Ratio de Solvabilidade Regulamentar de 25.8%.

COMUNICAÇÃO

À semelhança dos anos anteriores, as campanhas do BFA continuam com o objectivo de reforçar o posicionamento da Marca e a captação de novos Clientes. Para assinalar os 20 anos de presença no mercado angolano e o marco de 1 Milhão de Clientes, o BFA criou uma campanha de comunicação com o mote "20 anos, 1 Milhão de Clientes", reforçando assim a sua notoriedade e o seu posicionamento como o Banco de todos os angolanos. Com o intuito de promover o processamento de salários através do serviço BFA Net Empresas, o BFA lançou a Campanha "Pague os seus salários sem ir ao Banco". Através deste serviço o Cliente passou a poder processar e efectuar pagamentos de salários via "homebanking". O foco desta campanha incidiu na total segurança, simplicidade e comodidade do processo de pagamento online.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Ao longo de 2013, o BFA foi distinguido num número recorde de prémios em áreas relevantes das actividades financeiras. Entre as distinções, destacam-se: "Prémio de Excelência STP" do Deutsche Bank, atribuído pela décima primeira vez consecutiva; "Melhor Programa de Envolvimento com a Comunidade – CFI", pela revista Capital Finance International; "Melhor Relatório de Gestão & Contas da 3.ª edição do Prémio Sirius 2013; e "Melhor Banco" pela revista EMEA Finance que distinguiu o BFA pela 4.ª vez.

BFA Net Empresas

Pague os seus salários sem ir ao Banco.

- Processamento em 24 horas
- Autorizações em qualquer parte do mundo
- Simples, cómodo e seguro

BFA

NEWSLETTER INTERNA Nº 01 DEZEMBRO 2013

BFA YETU

20 ANOS COM ANGOLA
O BFA EM FESTA

CELEBRAÇÃO 20 ANOS
PROJECTO E-MUDAR
ENTREVISTA COM MARIANA ASSIS

BFA

2010

Assinatura de acordo entre o BFA e o Clube 1º de Agosto, tornando o BFA, patrocinador exclusivo da equipa de futebol.

2011

Lançamento do Serviço BFA SMS para Clientes particulares, que permite, por exemplo, a consulta de saldos e movimentos de contas, através de SMS.

2012

Adesão ao programa do governo "Angola Investe": financiamento de micro, pequenas e médias empresas dos sectores agrícola ou industrial.

2013

Comemoração dos 20 anos BFA e 1 Milhão de Clientes. Abertura do Centro de Empresas Oil & Gas Vendors.