



Marco Antonio Aldana

La inclusión digital

PRESIDENTE DEL BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO (BFA), EL SALVADOR

> 1 <

El proceso de banca electrónica comenzó en 2008 al ejecutar el proyecto Educo, del Ministerio de Educación, que brindaba el pago de planilla. Para la ejecución se adquirió una plataforma que permitió realizar los pagos y se comenzó a desarrollar nuestra Banca en Línea.

Con el paso de los años se han incorporado servicios a la plataforma, que permiten tener información de las cuentas de captación en el banco, o los pagos de planillas para agilizar los procesos de las empresas. Dada la necesidad de los clientes, poco a poco se han implementado servicios que extienden las operaciones más allá de nuestra institución.

Para expandir el catálogo de productos y servicios, en 2015 se habilita nuestra



plataforma telefónica que permite realizar consultas de forma rápida sobre productos, transferencias y otros servicios. Por otra parte, el producto tarjeta de débito inició en 2013. Para ello se contrató un equipo de ejecutivos temporales, quienes promovieron y contrataron la tarjeta en los centros de servicio más representativos, de manera que clientes y personal se familiarizaran con su uso. Se tienen a la fecha 55 comercios aliados, quienes a través de convenio brindan a nuestros clientes de tarjeta descuentos y promociones.

En 2015 se inicia con tres cajeros automáticos la red BFA. Posteriormente se han ido adquiriendo más ATM hasta llegar a los 26 con que se cuenta actualmente, facilitando el acceso en un horario 24/7.

A finales de 2019 lanzamos nuestra app BFA Móvil, brindando al cliente el acceso a más servicios que le

Incorporando de forma automática todo el catálogo de productos en la app damos la oportunidad a todos nuestros clientes de ser incluidos en el sistema financiero.

permiten administrar de una forma sencilla y cómoda sus productos bancarios. Además, incorporando de forma automática todo el catálogo de productos en la app damos la oportunidad a todos nuestros clientes de ser incluidos en el sistema financiero.

> 2 <

Consideramos como principales retos del banco:

- a) Implementar una plataforma de atención y contratación del servicio de banca en línea, que resulta oportuna para la mayoría de nuestros clientes, familiarizados con procesos manuales tradicionales. Se capacitó al personal de centros a fin de dar a conocer a los clientes las nuevas formas de realizar gestiones y generarles la confianza para que puedan utilizar estos canales por su cuenta.
- b) Hacer frente a estos costos de inversión.

> 3 <

Entre los principales motivos para la digitalización de nuestras operaciones, están:

- a) Acercar los productos a los clientes.
- b) Acortar tiempos de respuesta para realizar sus gestiones en el banco, de manera ágil y segura, desde cualquier parte.
- c) Contar con varias plataformas digitales: Banca Telefónica, Banca en Línea y app Banca Móvil.
- d) Todos nuestros productos y servicios están orientados a los diferentes segmentos de clientes que atendemos. Cada producto o plataforma digital permite que el cliente tenga a la mano la solución que requiere, según su actividad laboral o personal.
- e) Incremento del número de ATM a la red de cajeros del BFA.



- f) Mensajería *swift*, la cual permite recepción y envío de transferencias internacionales seguras y ágiles.
- g) Actualización de servicios innovadores, como la tarjeta de débito «*fast funds*», que permite recibir fondos desde una tarjeta de débito o crédito de otro cliente.
- h) Tecnología de punto en tarjeta de débito incorporando chip y *contactless*.
- i) Seguro paramétrico asociado a créditos.

Resultados durante el 2019:

- 1) Banca telefónica: 5416 nuevos usuarios, con un acumulado de usuarios activos al 31 de diciembre de 22482. Atenciones brindadas: 14365.
- 2) Servicio de reserva de cheques por medio de IVR, servicio que se brinda a través del 2241-7400, opción 1, a clientes y usuarios. 37886 reservas realizadas.
- 3) Transferencias electrónicas: 123277.
- 4) Cajeros automáticos: 187889 transacciones y consultas realizadas.

> 4 <

Contribuyen en gran parte a la seguridad e inclusión de los clientes a la actividad financiera. Brindamos todos nuestros productos y servicios por medio de nuestras plataformas, a todos los segmentos de clientes sin importar la actividad económica a la cual se dediquen.

Digitalizando nuestros procesos de caja en plataformas electrónicas, contribuimos a cumplir con nuestra estrategia de cuidado del medio ambiente, ya que se reduce en gran medida el consumo de papel y factores del medio ambiente.

Por otra parte, contribuimos a que nuestros clientes utilicen canales que en años pasados no eran utilizados por ellos; se incorporen en las nuevas formas de compras a través de medios electrónicos y plataformas tecnológicas y, de esta manera, disminuimos las colas de atención personalizada en los centros de servicio.

A través de la tarjeta de débito, nuestros clientes han incursionado en comercio electrónico que les ha permitido ampliar su negocio hacia las nuevas tendencias tecnológicas y llegar a los mercados internacionales.