

BANCO DE LA NACIÓN

...Agente promotor de la Inclusión Financiera y garante del desarrollo económico y de la Inclusión Social del Perú

(ENIF 5.1.página 59)

La inclusión financiera en nuestro país tiene como protagonista de excepción al Banco de la Nación. Un compromiso que la entidad asumió desde sus inicios con el objetivo de canalizar los recursos y tecnología financiera en todas las regiones del país, para lo cual cuenta con la más extensa red bancaria que cubre el 49% de los distritos a nivel nacional, mediante canales de atención que permiten el acceso a los sectores excluidos del sistema financiero.

Hoy en día, el Banco de la Nación es uno de los principales promotores de la inclusión financiera, y ello se ve reflejado en su activa participación en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) que hace poco ha puesto en marcha el gobierno para mejorar la oferta de recursos financieros en las zonas emergentes. Para ello el BN cuenta al 31.08.2015 con 613 oficinas, 869 cajeros automáticos, 4,774 cajeros corresponsales y a 20.09.2015 cuenta con 318,500 afiliaciones por banca celular.

Cabe recordar, que desde 2013 el Banco de la Nación y su Fundación Cultural, iniciaron actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dirigidas a poblaciones de pobreza y pobreza extrema, a quienes se les brindó actividades de Educación Financiera con la finalidad de promover la inclusión financiera para crear valor social y generar valor público, fomentando servicios para el ciudadano, ampliar y mejorar la cobertura de canales.

Los objetivos considerados para este exitoso plan de Educación Financiera fueron: Informar sobre prácticas financieras saludables, manejo de presupuestos personales y familiares, crear una cultura de ahorro entre los beneficiarios y sus familiares, incrementar las cuentas de ahorros, lograr la afiliación de ahorristas a la banca celular y lograr alianzas con entidades que promuevan la inclusión financiera.

Para ello, en la capacitación en Educación Financiera utilizan rotafolios, equipos multimedia, celulares, cajeros, banners, juegos de tableros y talleres de ahorro para niños.

LOGROS

Para que su estrategia de inclusión financiera alcance las metas previstas, el Banco de la Nación ha identificado los siguientes nichos de mercado: Fuerzas Armadas, pobladores de zonas urbanas y rurales en situación de pobreza y pobreza extrema, alumnos de los tres últimos años de educación secundaria, niños de los colegios de 8 a 12 años que

integran el *Club de Ahorro para Niños* y los beneficiarios de los programas sociales Juntos y Pensión 65.

Los resultados saltan a la vista, pues gracias al éxito logrado tras la implementación de su plan de Educación Financiera y el despliegue de banca móvil, la entidad se ha constituido en el principal agente promotor de la inclusión financiera, a fin de garantizar el desarrollo económico y la inclusión social en el país.

PROYECCION 2015-2016

La institución no se duerme en sus laureles y dentro de su plan de actividades entre septiembre y diciembre del presente año, ha previsto actividades con el Ejército Peruano; operativos de educación financiera práctica y bancarización en Agencias, agentes Multired municipales y comerciales; implementación del modelo de negocio UNICAS; plataformas itinerantes de acción social; actividades de bancarización y educación financiera con el programa Juntos; mayores afiliaciones de banca celular (Multired celular), instalación de 10 agentes Multired municipales en comunidades nativas selváticas del Alto y Bajo Urubamba y otras (Jauja, Manchay, 12 colegios religiosos de Lima, etc).

Considerando que la planificación es la clave para que las organizaciones logren un crecimiento sostenido, el Banco de la Nación ya tiene previsto su plan de actividades para el periodo enero-diciembre del 2016, que tendrá como aristas principales, el proyecto de bancarización y la educación financiera.

Dicho proyecto va de la mano con la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, pues tiene como finalidad: fortalecer el crecimiento económico, la intermediación financiera y la participación de la población en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros, mediante productos y servicios que sean confiables, eficientes, innovadores y adecuados a las necesidades de los diversos segmentos de la población.

Recuadro ¿A DÓNDE APUNTA?

- Que los beneficiarios y sus familias sepan utilizar y manejar los productos, servicios, canales, etc. de manera responsable para optimizar sus beneficios a corto y largo plazo.
- Fortalecer las capacidades de organización y gestión de los pobladores de los sectores excluidos del sistema financiero.
- Crear una cultura de ahorro.
- Incrementar clientes BN en el sistema financiero (apertura de cuentas de ahorro, afiliación a banca celular, etc.).

RECUADRO

El Banco de la Nación participa con banca Itinerante tanto a nivel terrestre (unidades vehiculares del BN con antena satelital), y fluvial (barcos de las fuerzas armadas del país que llevan apoyo social en las principales vertientes de ríos del país a través del programa PIAS)

PLATAFORMA ITINERANTE DE ACCION SOCIAL – PIAS

La misión: vincular, consolidar y desarrollar; la mística: vocación de servicio; el equipo: entidades del estado liderados por la Marina de Guerra, se conjugan en la tarea de llevar servicios y desarrollo a poblados de las cuencas amazónicas.

El reto se inició en el año 2012 en los ríos Amazonas, Putumayo, Napo, y Ucayali y sus afluentes, hoy se sueña con replicarlo en el lago altiplánico del Titicaca, mientras en los astilleros se prepara una flota que se sumará a este rol social, aborda a localidades que celebran la llegada de los buques con el banco. El Banco de la Nación y su personal navegan 45 días en campañas, de más de 8 horas diarias.

La Marina de Guerra, apoyada con diferentes entidades del estado, continua evolucionando, tras 150 años de llevar desarrollo a la amazonia, ahora tiene un buque hospital, un buque plataforma, donde el *Banco de la Nación* como institución que representa el brazo financiero del estado, planifica sus atenciones y es un pilar de servicio. Actualmente se están preparando los Equipos BN que participarán en las comunidades selváticas afluentes de los ríos para otorgar el servicio de EDUCACIÓN FINANCIERA in situ.

Estrategias que concretan e impactan en la cosmovisión. Son historias que cambian vidas. Así el director del colegio que debía viajar 7 días para hacer efectivo el presupuesto para su centro educativo, recibe el abono vía fluvial en su poblado; además aprendió a usar el cajero y ya no tiene que hacer la cola grande para cobrar. Hoy nada es igual.

En el Banco de la Nación el compromiso es hoy más amplio, no es solo contribuir con el dinamismo económico, la bancarización y la inclusión financiera, ahora también es el vínculo activo con la cultura viva y la interacción social con el equipo de la PIAS que hacen posible el desarrollo y bienestar de nuestro país, de nuestra selva peruana.

Participando en esta la plataforma de los barcos pagadores, de evolucionar en sus atenciones y llegar cada vez más lejos, con temporales o nudos en contra; el Banco de la Nación es parte de la flota de esta gran iniciativa de la Plataforma Itinerante de Acción Social que acerca los servicios del estado al ciudadano.

Banco de la Nación, el Banco de Todos los Peruanos