

Como parte de una estrategia de informatización de la sociedad cubana, el Banco Central desarrolla importantes programas para mejorar sus servicios, facilitar las ofertas a la población y generar ahorros.

**El sistema bancario cubano** tiene un plan de **automatización** que se renueva cada tres años, precisamente recién aprobamos el del trienio 2019-2021, que tiene dos líneas estratégicas: fortalecer la infraestructura informática y desarrollar la banca digital, explicó a Prensa Latina Oreste Perdomo, director técnico de la entidad.

Nuestro objetivo en un futuro próximo es digitalizar nuestros servicios, o sea que nuestros clientes puedan utilizarlos sin necesidad de visitar las sucursales, puntualizó.

En ese sentido, detalló que el **canal más conocido es la red de cajeros automáticos**, que suman 932 distribuidos por toda la geografía nacional, principalmente en la capital, donde superan los 500, reveló.

Otro, resaltó, es la red de Terminales de Puntos de Venta (TPV), operada por Fincimex, e integrada por unas 12 mil unidades.

A ellas se suman la banca telefónica y la remota. La primera funciona en La Habana desde 2006 y permite pagar diversos servicios, como la electricidad, teléfono, algunas multas, entre otros, manifestó.

Perdomo indicó que la segunda es un servicio para personas naturales o jurídicas y destacó también la importancia de la banca móvil, que tiene un crecimiento constante.

El especialista explicó que en los últimos tres años más del 90 por ciento de las operaciones con tarjeta magnética son extracciones de efectivos en cajeros automáticos o en ventanilla.

Apenas un 9,3 por ciento en los primeros meses de 2019 son pagos que se realizan a través de TPV, de la banca telefónica o de otros canales, aunque la cifra mejoró con respecto a 2017 (seis por ciento) y 2018 (7,3 por ciento), subrayó.

Para el experto, el desconocimiento de las ventajas del sistema y la desconfianza ante un producto nuevo son algunas causas del bajo aprovechamiento de las nuevas modalidades.

Nuestro objetivo es cambiar esta matriz e invertir las cifras, y como parte de la estrategia otorgamos bonificaciones que van del tres al cinco por ciento para las operaciones que se realizan en una TVP, manifestó.

Es un incentivo que dio buenos resultados pues aumentó en 70 por ciento la utilización de esa modalidad de 2017 al 2018.

Al respecto, destacó que en la actualidad hay distribuidas unas cinco millones de tarjeta magnética, repartidas entre 3,5 millones de clientes.

## PRENSA LATINA

---

**Ver además**