



ExEf

Reporte Anual 2019



Contenido

VISIÓN
GLOBAL

04

CARTA
DEL PRESIDENTE

06

ENTORNO
ECONÓMICO

09

NUESTRO
BANCO

15

VISIÓN
GRÁFICA

19

UNIDADES
DE NEGOCIO

33

DESARROLLO
Y SOPORTE A
LOS NEGOCIOS

54

PREMIOS

82

ESTADOS
FINANCIEROS

86

ANEXOS

100

Visión global

Principales resultados

Durante el 2019, BCP se mantuvo como el banco líder en el sistema bancario peruano, a pesar del complejo contexto macroeconómico y la alta volatilidad registrada en los mercados financieros internacionales.

Los resultados alcanzados demuestran el claro enfoque en ser el líder en casi todos los segmentos y productos que ofrecemos para generar valor a nuestros accionistas y apoyar el desarrollo sostenido del país.



Ingresos totales⁽¹⁾

S/ 11,842 millones

Su crecimiento fue 7.5% respecto al 2018.



Cartera de colocaciones

S/ 104,887 millones

Manteniéndose como líder en el mercado.



Utilidad neta atribuible

S/ 3,622 millones

Aumentó 7.6% con relación al del año anterior.



Clientes

> 8 millones

Cada vez más clientes atendidos por BCP.



PDM* de colocaciones

32.0%

Líder en el mercado de colocaciones.



PDM* de depósitos

32.7%

Líder en captación de depósitos.

* Participación de mercado a diciembre del 2019. Incluye BCP Individual y Mibanco.

Otros indicadores

Indicadores		2016	2017	2018	2019
Crecimiento de cartera ⁽²⁾	En moneda nacional (%)	18.1	-0.7	9.5	9.8
	En moneda extranjera (%)	-10.4	10.2	7.6	0.9
Rentabilidad	Margen neto por intereses (MNI,%)	5.54	5.56	5.60	5.80
	Retorno sobre activo promedio (ROAA,%)	2.1	2.3	2.4	2.4
	Retorno sobre patrimonio promedio (ROAE,%)	21.7	20.7	20.8	20.2
Eficiencia	Gastos operativos / ingresos promedio (%) ^{(3) (4)}	43.6	43.2	43.0	42.9
	Gastos operativos / activos promedio (%)	3.3	3.3	3.3	3.3
Calidad de cartera	Índice de cartera atrasada (%) ⁽⁵⁾	2.90	3.16	2.94	3.01
	Índice de cartera deteriorada (%) ⁽⁶⁾	3.84	4.14	4.18	4.12
Capital ⁽⁷⁾	Ratio BIS (%) ⁽⁸⁾	15.35	15.05	14.16	14.47
	Ratio Tier 1 (%) ⁽⁹⁾	10.41	10.84	10.28	11.07
	Ratio Common Equity Tier 1 (%) ⁽¹⁰⁾	11.08	11.83	11.55	12.35

⁽¹⁾ Los ingresos totales incluyen el ingreso neto por intereses, ingreso neto por comisiones, ganancia neta en operaciones de cambio, ganancia neta en valores, ganancia neta en derivados especulativos, ganancia neta por diferencia en cambios y otros ingresos no financieros.

⁽²⁾ Saldos promedios diarios anuales.

⁽³⁾ Las cifras difieren a lo reportado previamente, considerar estas cifras.

⁽⁴⁾ Los ingresos operativos incluyen el ingreso neto por intereses netos, ingreso neto por comisiones, ganancia neta en operaciones de cambio, ganancia neta en derivados especulativos y ganancia neta por diferencia en cambios. Los gastos operativos incluyen las remuneraciones y beneficios sociales, los gastos administrativos, depreciación y amortización.

⁽⁵⁾ Cartera atrasada / colocaciones totales. Cartera atrasada = cartera vencida + cartera judicial.

⁽⁶⁾ Cartera deteriorada / colocaciones totales. Cartera deteriorada = cartera atrasada + cartera refinanciada.

⁽⁷⁾ BCP Individual en contabilidad local.

⁽⁸⁾ Capital Regulatorio / Activos ponderados por riesgos totales (mínimo legal = 10% desde julio de 2011).

⁽⁹⁾ Tier 1 / Activos ponderados por riesgos totales.

⁽¹⁰⁾ Common Equity Tier 1 = (Capital + Reservas - 100% deducciones (inversiones en subsidiarias, *goodwill*, activos intangibles e impuestos diferidos basados en rendimientos futuros) + Utilidades Retenidas + Ganancias no realizadas) / Activos ponderados por riesgos totales.

Carta del Presidente

Estimados accionistas, cada año les dirijo esta carta para comentarles los resultados de los negocios y nuestras perspectivas para el futuro, en esta ocasión quiero empezar por comentar sobre el impacto de hechos que sucedieron hace 9 años y las medidas que venimos tomando en un proceso de mejora continua de nuestro gobierno corporativo.

Recientemente he declarado públicamente cuáles fueron los motivos por los que decidí, en los años 2010-2011, en un contexto político que representaba gran peligro para el futuro del Perú, que Credicorp, empresa holding del Banco de Crédito del Perú (BCP), contribuya con aportes a la campaña presidencial del año 2011. Hoy lamento mucho el impacto que estos hechos han generado en nuestra organización y la opinión de nuestros grupos de interés. A partir de finales de 2011, junto a la Gerencia y al Directorio hemos trabajado en establecer y robustecer continuamente nuestras políticas de gobierno corporativo. Así, las contribuciones políticas de BCP durante la campaña presidencial de 2016, se hicieron siguiendo los lineamientos que ya teníamos definidos a esa fecha, los cuales especificaban procedimiento de aprobación y condiciones específicas de transparencia para poder realizarlas. Finalmente, es preciso mencionar que, a la fecha, Credicorp tiene establecido como política corporativa no hacer contribuciones a ningún partido político, independientemente de lo que diga la ley en cada uno de los países en los que opera.

Asimismo, hemos acelerado la implementación de cambios en nuestra estructura de gobierno corporativo y, recientemente, hemos anunciado la recomposición del Comité de Gobierno Corporativo, la simplificación de la estructura de comités del Directorio, y medidas que buscan incrementar el nivel de independencia del mismo. Agradezco de antemano su apoyo para llevar a cabo estas medidas y quiero asegurarles que cuentan con mi compromiso personal para seguir trabajando en esta línea hasta conseguir nuestro objetivo de optimizar el valor en el largo plazo para nuestros accionistas y otros grupos de interés y, a la vez, lograr el liderazgo en prácticas de buen gobierno corporativo.

A continuación, quiero comentarles con mucha satisfacción los resultados de nuestras operaciones del 2019. Hemos logrado un notable desempeño, a pesar de que el año estuvo marcado por episodios de incertidumbre económica y crisis política, tanto en el plano local como internacional. Los resultados alcanzados corroboran la fortaleza y compromiso de nuestros equipos, el claro foco en nuestros clientes, así como las nuevas capacidades que venimos desarrollando para adaptarnos en tiempos de transformación y asegurar nuestro crecimiento y liderazgo en el largo plazo.

La economía peruana creció 2.2% durante el 2019, el menor registro en 10 años, mientras que en el 2018 lo hizo en 4.0%. El menor crecimiento económico estuvo relacionado principalmente con una contracción de los sectores primarios, ante la caída de la producción minera y pesquera, así como una menor inversión pública en el primer año de nuevas autoridades regionales y locales. En adición al entorno político local, los principales socios comerciales de Perú (China y EE.UU.) se desaceleraron y estuvieron enfrascados en una disputa comercial que afectó las cotizaciones de los *commodities*; asimismo países vecinos enfrentaron masivas protestas ciudadanas (Chile, Bolivia, Ecuador). A pesar de los factores externos y locales, los sectores no primarios crecieron 3,2% en el 2019 y la inversión privada lo hizo en 4,0% debido al dinamismo de la inversión minera en el desarrollo de nuevos proyectos cupríferos que entrarán en operación en los próximos años.

Entre los principales hechos ocurridos en el año destacan:



En el BCP seguimos trabajando enfocados en mejorar la oferta de valor para nuestros clientes, en línea con la aspiración de convertirnos en el banco con el mejor servicio al cliente en el 2021. En aras de cumplir esta meta hemos continuado desarrollando productos y canales digitales, y al cierre del 2019 un 41% de nuestros clientes son considerados clientes digitales. En términos de satisfacción, logramos ser el banco #1 en cada uno de los segmentos que atendemos. Además, en el 2019 empezamos a bancarizar nuevos segmentos vía canales digitales, gracias al desarrollo de nuevos modelos de riesgos de *data* y *analytics*. Con respecto a la banca mayorista, en el 2019 logramos digitalizar el 85% de los financiamientos de corto plazo, impactando en mayor agilidad de atención y menores costos por transacción. Por último, es importante resaltar el crecimiento exponencial que ha tenido el número de usuarios de nuestra aplicación para pagos Yape, que en los primeros días de enero del presente año llegó a los 2 millones de usuarios y es la aplicación más usada para pagos pequeños en Perú.



Mibanco ha tenido un año retador. Por un lado, la mayor competencia en el segmento de la micro y pequeña empresa ha ejercido presión en los márgenes. Además, después de haber crecido de manera sobresaliente desde la adquisición en el 2015 sin aumentar la fuerza de ventas, durante el 2019 el número de colaboradores aumentó en 12%, en línea con el desarrollo de capacidades para sostener el crecimiento futuro. Ambos factores generaron un impacto negativo en el ratio de eficiencia. Asimismo, luego del deterioro de la calidad de nuestro portafolio de préstamos, durante el 2019 nos enfocamos en robustecer nuestros modelos de riesgos, por lo cual el crecimiento de las colocaciones se ha desacelerado. Finalmente, en el 2019, en el marco de la Transformación de Mibanco, empezamos a migrar hacia un modelo híbrido de negocio, bajo el cual nos basaremos cada vez más en *data* y *analytics* para tomar decisiones centralizadas al originar créditos.

Nuestros resultados se reflejaron en el crecimiento anual de 7.6% de la utilidad neta, según normas internacionales de información financiera y luego de intereses minoritarios, con lo cual alcanzamos S/ 3,622.4 millones, que representan un retorno anual sobre el patrimonio promedio de 20.2% en el 2019.

Hemos mantenido una sólida participación de mercado de 32.0% en colocaciones al cierre del 2019. Las colocaciones promedio alcanzaron un crecimiento de 6.8% en el año, en un contexto que se mantuvo bastante competitivo en la banca universal, y retador en más de un frente, para el negocio de microfinanzas. A pesar del menor crecimiento en colocaciones, pudimos expandir en 7.0% los ingresos netos por intereses, y a pesar de que el costo de los fondos se incrementó ligeramente, pudimos expandir el margen financiero, llegando a un nivel de 5.80% para el 2019.

Los ingresos no financieros, crecieron 8.5%, principalmente por la mayor ganancia neta en valores, en línea con el desempeño favorable de los mercados financieros en el primer semestre del año. Por otro lado, los ingresos por comisiones y la ganancia en operaciones de cambio crecieron 4.9% y 5.4% respectivamente, principalmente en BCP, en un contexto bastante retador ante la migración de nuestros clientes hacia canales costo-eficientes.

En términos de calidad de la cartera de créditos, el índice de cartera deteriorada disminuyó de 4.18% en el 2018 a 4.12% en el 2019. El costo del riesgo subió de 1.46% en el 2018 a 1.69% en el 2019, lo cual se explica principalmente por el mayor requerimiento de provisiones de la Banca Minorista en BCP, que está a su vez relacionado con el enfoque de bancarizar segmentos de mayor riesgo, a través de créditos de consumo digitales.

Nuestros ingresos operativos se incrementaron un 6.6% con relación a los alcanzados en 2018. Este incremento es similar al aumento de 6.5% de los gastos operativos, lo que hizo que el índice de eficiencia se mantuviera relativamente estable, cerrando el año en 42.9%. El crecimiento de los gastos operativos se explica principalmente por el incremento de las remuneraciones y beneficios de empleados, en línea con el crecimiento en la fuerza de ventas de Mibanco, y la contratación de perfiles especializados en BCP.

Otro aspecto importante para la estrategia de crecimiento a largo plazo está relacionado con nuestro compromiso con los más de ocho millones de clientes. Venimos trabajando en aumentar la proporción de clientes digitales, que actualmente es alrededor del 41%, y seguimos trabajando en nuestro objetivo de ser capaces de pre-aprobar créditos para el 50% de la población económicamente activa, ahora lo hacemos con el 36%. Estamos convencidos que la digitalización es un habilitador clave para nuestro crecimiento y para ofrecer a los clientes una mejor experiencia. Sin embargo, también es importante mantener el alto nivel de capilaridad y accesibilidad de nuestra red atención, así, en el 2019 incrementamos en 419 los puntos de contacto, logrando alcanzar 10,197 al terminar el 2019, siendo los canales costo-eficientes los de mayor crecimiento.

Nuestra subsidiaria

Mibanco

Mibanco, como ya lo mencioné anteriormente, ha tenido un año retador, y en este contexto, las colocaciones brutas de Mibanco crecieron 6.8%, con lo cual redujimos nuestra participación de mercado en el segmento Pyme de 22.2% en diciembre de 2018 a 21.7% en diciembre de 2019. El índice de morosidad creció ligeramente a 5.3% y el costo del riesgo se redujo notablemente, de 4.36% a 3.60%, dados los esfuerzos que se empezaron a desplegar desde inicios de año para implementar mejoras en nuestros modelos de riesgos, cobranzas, y pricing.

De esta manera, la utilidad neta de Mibanco ascendió a S/ 401 millones, que equivale a 20.1% de rentabilidad sobre el patrimonio promedio, menor al 25.9% del 2018.

Dividendos y capitalización

El Directorio, en su sesión extraordinaria del 20 de Marzo del 2020, propuso someter a aprobación de la Junta Obligatoria Anual de Accionistas la distribución de un dividendo en efectivo de S/ 0.1276 por acción, que representa el 36% de la utilidad generada, de acuerdo con contabilidad local.

Perspectivas

A lo largo del 2020, seguiremos esforzándonos para asegurar la sostenibilidad de nuestro negocio y fortalecer la confianza que nos conceden nuestros accionistas, clientes y diversos grupos de interés.

En banca universal, continuaremos con nuestra estrategia de mejorar la experiencia de nuestros clientes en todos los segmentos, mejorando e innovando en la banca digital, lo cual implica en muchos casos educar y acompañar a nuestros clientes en el uso de los canales modernos. Además, durante el 2020 queremos seguir trabajando en bancarizar a la población a través de productos y canales digitales. Por último, ante expectativas moderadas de crecimiento de la economía y en un contexto de tasas aún a la baja, trabajaremos en una gestión más fina de la tesorería para optimizar el costo de fondos y también buscar fuentes alternativas de rentabilidad.

Respecto al negocio de microfinanzas, continuaremos trabajando sobre la base de nuestro modelo actual, ahora con mayores capacidades dada la nueva fuerza de ventas, y también seguiremos migrando hacia un nuevo modelo híbrido, bajo el cual nos basaremos cada vez más en data y analytics para originar créditos, sin descuidar la experiencia del cliente y la de nuestros colaboradores. Además, buscaremos alianzas estratégicas para llegar a nuevos colectivos de clientes y ampliar nuestra oferta de productos y canales costo-eficientes. En esa línea, continuaremos desarrollando alianzas, como por ejemplo las que tenemos con Uber, para ofrecer financiamiento a su colectivo de conductores, y con Yape, para ofrecer esta aplicación de pagos a los clientes de Mibanco.

Vemos con optimismo el 2020 dado que el Perú no solo sigue creciendo, sino que la economía ha mostrado claros signos de resiliencia ante la incertidumbre política y algunos vientos cruzados en el contexto internacional. Además, reconocemos que la calidad de nuestra gente nos diferencia y es la base de nuestro éxito. Gracias a nuestro gran equipo de colaboradores, a la lealtad y confianza de nuestros clientes y a la invaluable confianza de nuestros accionistas, estamos preparados para lograr los nuevos objetivos que nos hemos trazado.

Muchas gracias.



Dionisio Romero Paoletti

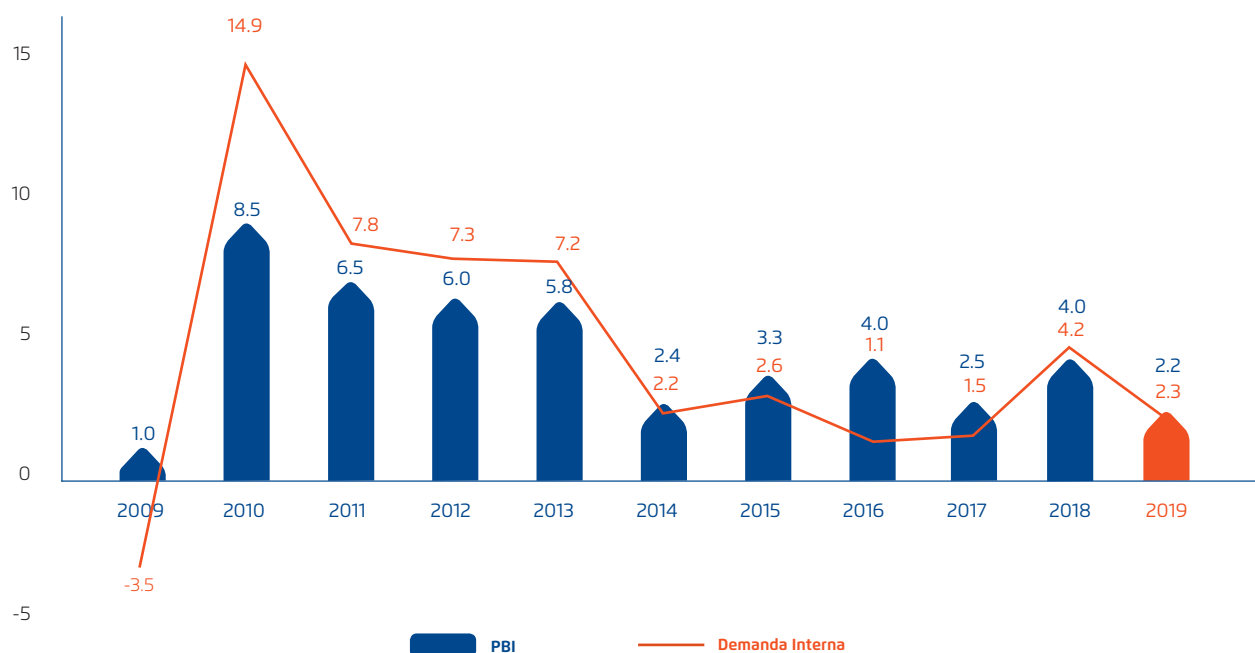
Presidente del Directorio

Entorno económico



Crecimiento

Producto Bruto Interno y Demanda Interna (variaciones anuales, %)



Fuente: INEI, BCRP.

La economía peruana creció 2.2% durante el 2019, lo cual representa el menor crecimiento en los últimos 10 años. Luego de crecer 4.0% en el 2018, la economía se desaceleró producto de: (i) una contracción de los sectores primarios (minería y pesca), (ii) una caída de la inversión pública, y (iii) una desaceleración del gasto privado (consumo e inversión). Es importante destacar que el entorno internacional también tuvo un impacto en la actividad económica, debido al menor crecimiento de los principales socios comerciales de Perú (China y EE.UU.), los cuales tuvieron una disputa comercial a lo largo del 2019. Asimismo, los términos de intercambio cayeron 1.8% (*versus* -0.3% en el 2018).

La demanda interna registró un incremento de 2.3% frente al 4.2% del 2018. Por un lado, el gasto privado se desaceleró de 3.9% en el 2018 a 3.2% en el 2019, ante el menor dinamismo del consumo privado, mientras que la inversión privada creció 4.0% respecto al 4.2%

obtenido en el 2018. Cabe resaltar que, de manera similar al año pasado, la inversión minera se incrementó 24.5% en el 2019 (*versus* 26.0% en el 2018) debido al desarrollo de proyectos como Quellaveco, Mina Justa y Ampliación de Toromocho. Asimismo, la inversión no minera avanzó 1.0% en el 2019 frente al 2.0% del 2018. En cuanto a la inversión pública, esta se contrajo 2.1% en el 2019; la menor ejecución fue explicada por el cambio de autoridades regionales y locales que asumieron funciones a inicios del 2019.

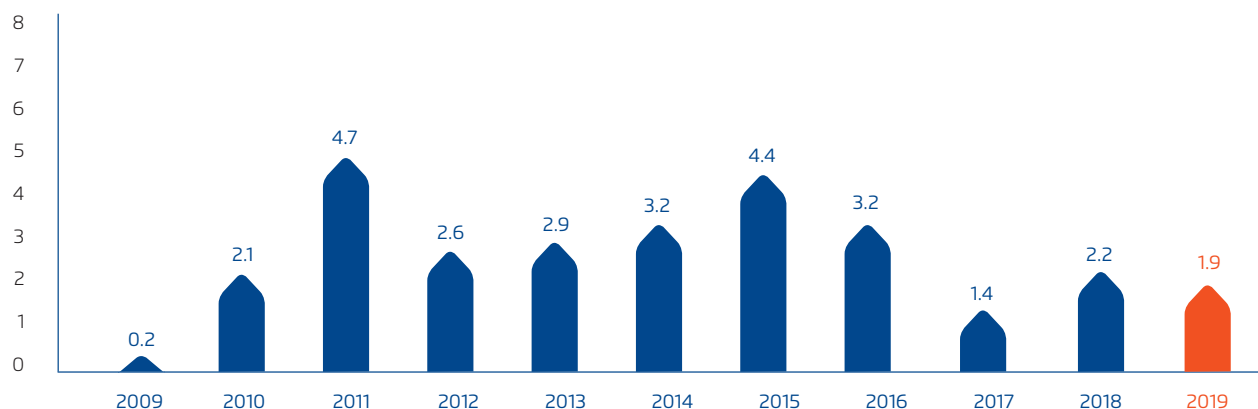
Por el lado sectorial, el sector pesca registró una contracción de 26%, una gran diferencia frente al 2018 cuando creció 48%. La caída en el sector se explicó por una normalización en la primera cuota de la primera temporada de pesca de anchoveta, y por una menor captura en la segunda temporada. Además, la producción minera se contrajo 0.8% ante una menor producción de oro en 8.4%; sin embargo, la producción de cobre avanzó 0.8%. El desempeño de estos sectores, así como su impacto sobre la manufactura de recursos primarios, implicó una caída de 1.3% de los sectores primarios. En cuanto a los sectores no primarios, estos registraron un avance de 3.2% frente al 4.1% del año anterior. La desaceleración se registró en sectores como manufactura no primaria (1.2% frente a 3.3% en el 2018), construcción (1.5% frente a 5.3% en el 2018) y servicios (3.8% frente a 4.4% en el 2018).



La economía peruana creció 2.2% durante el 2019, el menor registro en 10 años.

Inflación

Inflación (%)



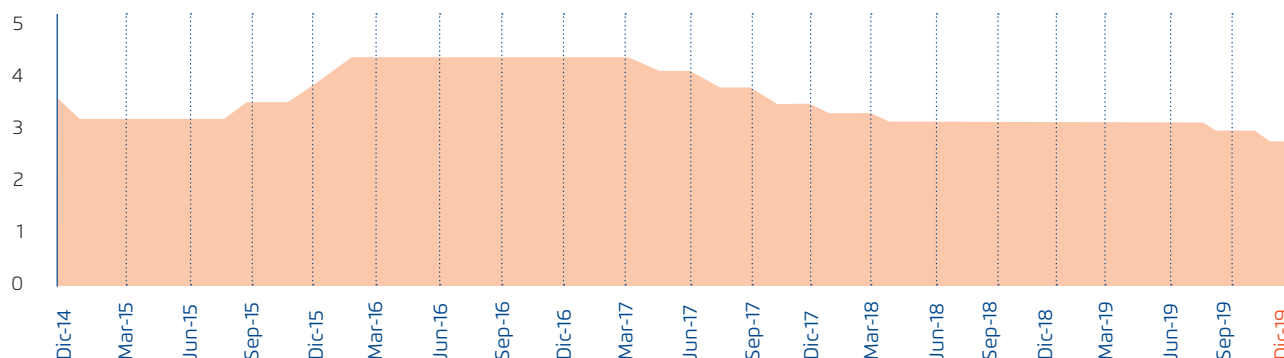
Fuente: INEI.

Al cierre del 2019, el índice de precios al consumidor de Lima Metropolitana se incrementó 1.9%, por debajo del 2.2% del 2018, y en torno al punto medio del rango meta (1%-3%) del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) por segundo año consecutivo. El rubro Alimentos y Bebidas mostró una desaceleración de 1.9% en el 2018 a 1.0% en el 2019. En particular, el precio de la carne de pollo disminuyó 7.3% en el 2019, lo que significó un tercer año consecutivo de caída. Por otro lado, las tarifas de electricidad se

incrementaron 8.0% frente al 2.4% registrado en el 2018. Por su parte, la inflación sin alimentos y energía cerró el 2019 en 2.3%, en comparación al 2.2% del 2018. Si bien el componente de bienes avanzó 1.4%, en comparación al 2.3% del 2018, el componente de servicios se aceleró hasta 2.9% (*versus* 2.2% en el 2018) por mayores precios de servicios educativos, pasajes urbanos, y servicios de consumo de agua.

Tasa de referencia

Tasa de referencia (%)



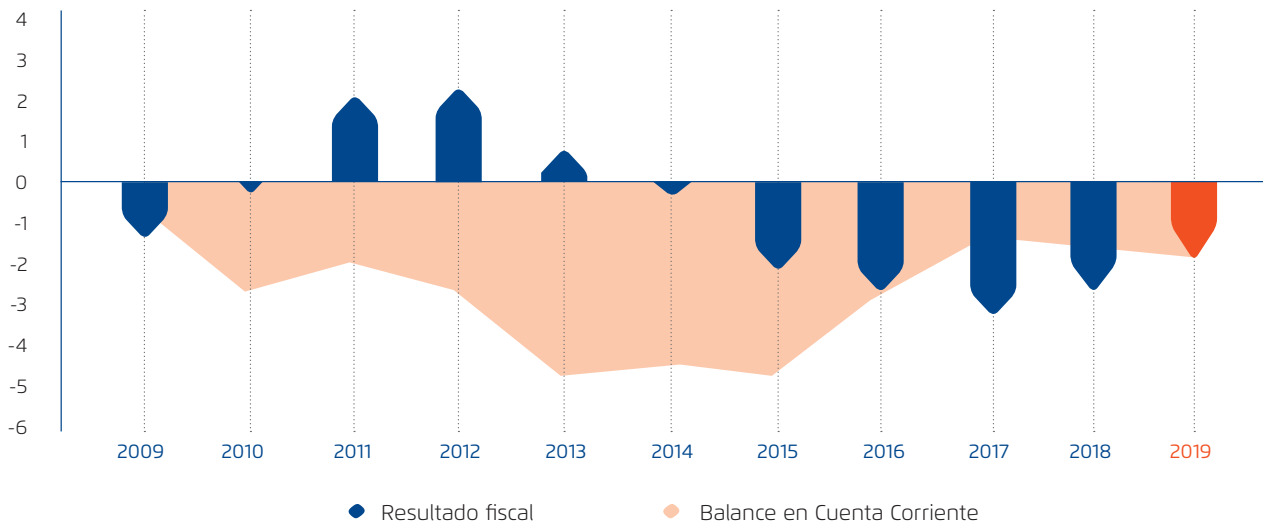
Fuente: BCRP.

La tasa de referencia del BCRP pasó de 2.75% al cierre del 2018 a 2.25% al cierre del 2019, con lo cual se redujo 50 puntos básicos durante el año. Los recortes de tasa de referencia del BCRP se llevaron a cabo en los meses

de agosto y noviembre en un contexto de inflación controlada dentro del rango meta, y un entorno de menor crecimiento económico y caída en expectativas de crecimiento.

Finanzas públicas y sector externo

Resultado Fiscal y Balance en Cuenta Corriente (porcentaje del PBI)



Fuente: BCRP.

El déficit fiscal cerró el 2019 en 1.6% del PBI frente al 2.3% del 2018, así alcanzó un mínimo desde el 2015. Los ingresos corrientes del gobierno general representaron 19.7% del PBI *versus* el 19.3% del 2018. En particular, durante el año destacaron los mayores ingresos fiscales por rentas de no domiciliados (acciones de fiscalización y venta de activos), así como otros ingresos tributarios por concepto de multas y fraccionamientos. En cuanto al gasto no financiero, este representó 20.2% del PBI, manteniendo el mismo nivel que en el 2018; mientras que, en términos reales este se incrementó 3.1% en el año. Sin embargo, la inversión pública del gobierno general disminuyó 6%, principalmente por una menor ejecución de los gobiernos locales (-14%).

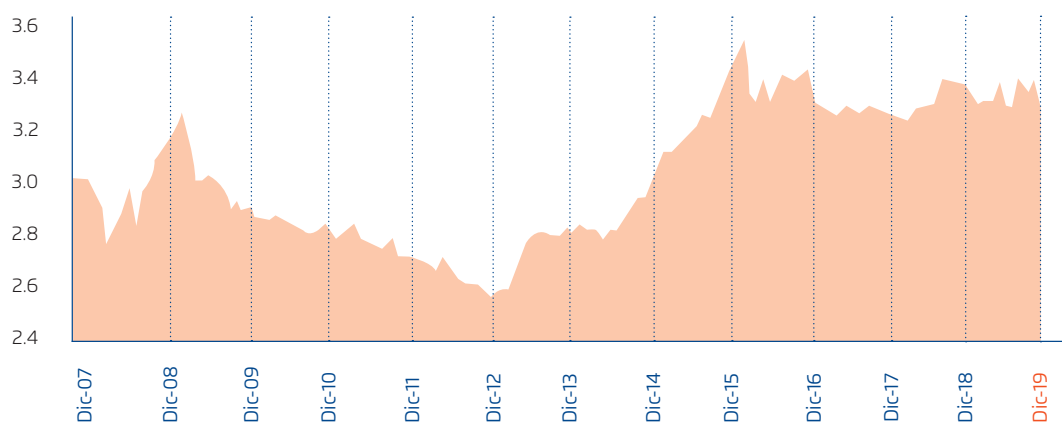
En el 2019, la balanza comercial alcanzó un superávit de US\$ 6,614 millones *versus* US\$ 7,197 millones del 2018. Las exportaciones anuales cerraron el año en US\$ 47.7 miles de millones (-2.8% respecto al 2018), siendo la primera contracción desde el 2015. Asimismo, las exportaciones de cobre ascendieron a US\$ 13.9 mil millones, con lo cual disminuyeron 7.0% respecto al 2018 (la cotización promedio del cobre fue de US\$/lb. 2.72 en 2019 frente a US\$/lb. 2.96 en 2018, una caída de 8.1%). Por su parte, las importaciones se ubicaron en US\$ 41.1 miles de millones (-1.9% respecto al 2018). Las importaciones de bienes de consumo disminuyeron 0.1%, mientras que las de bienes de capital se incrementaron 5.6%. Así, el déficit en cuenta corriente representó 1.5% del PBI, el más bajo en dos años, *versus* el 1.7% del PBI obtenido en el 2018. Este déficit en cuenta corriente fue plenamente financiado por la Inversión Extranjera Directa que representó 3.9% del PBI.



El déficit fiscal cerró el 2019 en 1.6% del PBI, mínimo desde el 2015.

Tipo de cambio

(S/ por Dólar Americano)



Fuente: BCRP.

Al cierre de 2019, el tipo de cambio se ubicó en S/ 3.31 por Dólar Americano, con lo cual el Sol Peruano registró una apreciación de 1.7% frente al nivel de cierre del 2018 (S/ 3.37). Sin embargo, la cotización promedio del tipo de cambio durante el 2019 fue de S/ 3.34 por Dólar Americano, por encima de la cotización promedio del 2018 (S/ 3.29).

Durante la primera parte del año, el tipo de cambio cotizó en torno a niveles de S/ 3.30 ante el cambio de la postura de la FED respecto a la política monetaria (esta recortó su tasa de referencia en tres oportunidades en 25pbs durante el 2019), donde las tensiones comerciales entre China y EE.UU. escalonaron. Sin embargo, hacia el último trimestre del año el tipo de cambio cotizó entre S/ 3.35 - 3.40 debido al choque de aversión al riesgo en la región (principalmente el estallido de protestas sociales en Chile). Finalmente, la apreciación del Sol Peruano se dio en las últimas dos semanas de diciembre ante la expectativa de la firma de la Fase Uno del acuerdo comercial entre EE.UU. y China. De esta manera, a fines de noviembre 2019 el tipo de cambio se ubicó en S/ 3.405 por Dólar Americano, y hacia fines del 2019, este se apreció 2.7% hasta S/ 3.31 por Dólar Americano.

La apreciación del Sol Peruano, al cierre del 2019, fue compartida por el Peso Mexicano, el cual se fortaleció 3.7% respecto al Dólar Americano. Por otro lado, el Peso Chileno se depreció 8.5%, el Real Brasileiro 3.7% y el Peso Colombiano 1.0%.

En el 2019, el BCRP realizó compras en el mercado cambiario spot por US\$ 405 millones (US\$ 385 millones en el primer trimestre del año y US\$ 20 millones en

el segundo trimestre del año) en un contexto de apreciación del Sol Peruano. Sin embargo, este también realizó intervenciones para mitigar las presiones depreciatorias sobre el Sol, en particular en el segundo semestre del año, mediante la colocación bruta de Swaps Cambiarios (Venta) por US\$ 975 millones. Finalmente, las Reservas Internacionales Netas cerraron el 2019 en US\$ 68,316 millones versus US\$ 60,121 millones del 2018, y representaron aproximadamente el 30% del PBI. El incremento de US\$ 8.2 mil millones de las Reservas Internacionales Netas se explicó en parte por mayores depósitos del sistema financiero en el BCRP (en US\$ 4.7 mil millones) así como un incremento en la posición de cambio (US\$ 3.1 mil millones).



El tipo de cambio se ubicó en S/ 3.31 por Dólar Americano al cierre del 2019, con lo cual el Sol Peruano registró una apreciación de 1.7% frente al nivel de cierre de 2018 (S/ 3.37).

Nuestro banco



Propósito, Aspiración y Principios Culturales



Nuestro Propósito

Transformar Planes en Realidad

Estar siempre contigo, alentando y transformando tus sueños y planes en realidad; y con el Perú, construyendo su historia de desarrollo y superación.



Nuestra Aspiración

Gestión WOW! Ser referentes regionales en gestión, potenciando nuestro liderazgo histórico y transformador de la industria financiera en el Perú.

Experiencia del Cliente WOW! Ser la empresa peruana que brinda la mejor experiencia a los clientes. Simple, cercana y oportuna.

Equipo WOW! Ser la comunidad laboral de preferencia en el Perú, que inspira, potencia y dinamiza a los mejores profesionales.

Principios Culturales

1

Clientecéntrico

Nuestros clientes están en el centro de todas nuestras decisiones. Por eso, cada producto, cada servicio, cada solución y cada decisión es para los clientes, por los clientes y con los clientes. Buscamos entregarles siempre una experiencia única, basada en un servicio más simple, ágil y cercano.

2

Potenciamos tu mejor tú

Nuestro crecimiento personal y profesional no tiene límites. El límite lo pones tú. Mientras más grandes seamos como personas, más grande será el BCP. Sacamos lo mejor de cada uno cuando nos retamos, reconocemos, aprendemos y compartimos entre todos, sin importar el puesto que tengamos.



Sumamos para multiplicar

Nuestras metas y desafíos están conectados. Ganamos todos o perdemos todos. Somos un único equipo. Nos organizamos para agilizar nuestro trabajo. Colaborando con generosidad y sumando nuestros talentos, multiplicamos nuestro valor.



Mínimo damos lo máximo

El compromiso con la excelencia es parte de nuestro día a día. Dejamos todo en la cancha en cada cosa que hacemos y no estamos dispuestos a ceder ni un centímetro. Nos apasionan los desafíos y enfrentamos cada reto con actitud y disposición para llegar al mejor resultado.



Emprendemos y aprendemos

Somos un banco innovador y no le tenemos miedo al cambio. Damos la bienvenida a las ideas, vengan de quien vengan. Entendemos que las innovaciones no nacen perfectas: necesitan probarse, observarse y mejorarse continuamente. Convertimos cualquier resultado en valioso al transformarlo en un aprendizaje para todos.



Seguros y derechos

Las oportunidades pueden traer riesgos. Por eso, todos somos responsables de conocerlos, evaluarlos y administrarlos. Es lo que nos hace dignos de confianza. Esa confianza es algo que jamás arriesgaremos. Nuestro comportamiento ético y siempre positivo para la sociedad no es negociable. Nunca hacemos algo que no podamos contar a nuestros hijos.

Nuestra estrategia y quiénes la hacen posible

Somos el banco que ha acompañado desde siempre el progreso del Perú y que sigue siendo partícipe de su historia.

Nos mantenemos al alcance de todos los peruanos y, de esta manera, contribuimos fundamentalmente al crecimiento y desarrollo del país. Sin embargo, en los últimos años, el mundo se ha transformado radicalmente, y el Perú no es ajeno a estos cambios. Si bien es cierto que los cambios demoran, cada vez la brecha de tiempo se reduce. Por eso, en el 2016 iniciamos un proceso de cuestionamiento sobre nosotros mismos y si es que estábamos trabajando para que, en un futuro muy cercano, podamos seguir siendo el banco que necesitan los peruanos.

En este proceso reafirmamos el compromiso con nuestros clientes, porque ellos son nuestra razón de ser. Por eso, los acompañamos y asesoramos para que hagan realidad sus planes. Porque creemos que, con cada peruano que se realiza, el país crece y con él crecemos todos. Son ellos los que empujan el progreso del Perú, y a su lado queremos escribir esta nueva historia.

Todo esto nos dirigió a trazarnos un nuevo reto: transformarnos como banco. Por lo tanto, tuvimos presente que, para lograrlo, primero deberíamos transformarnos los que trabajamos en él. Esta transformación nos llevó a replantear y crear, en equipo, nuestro nuevo Propósito y los Principios Culturales que nos ayudaron a conseguir nuestra Aspiración; la cual se convierte ahora en el eje central de nuestra estrategia, sostenida en sus tres frentes:

1

Ser referentes regionales en gestión, potenciando nuestro liderazgo histórico y transformador de la industria financiera en el Perú.

2

Ser la empresa peruana que brinda la mejor experiencia a los clientes. Simple, cercana y oportuna.

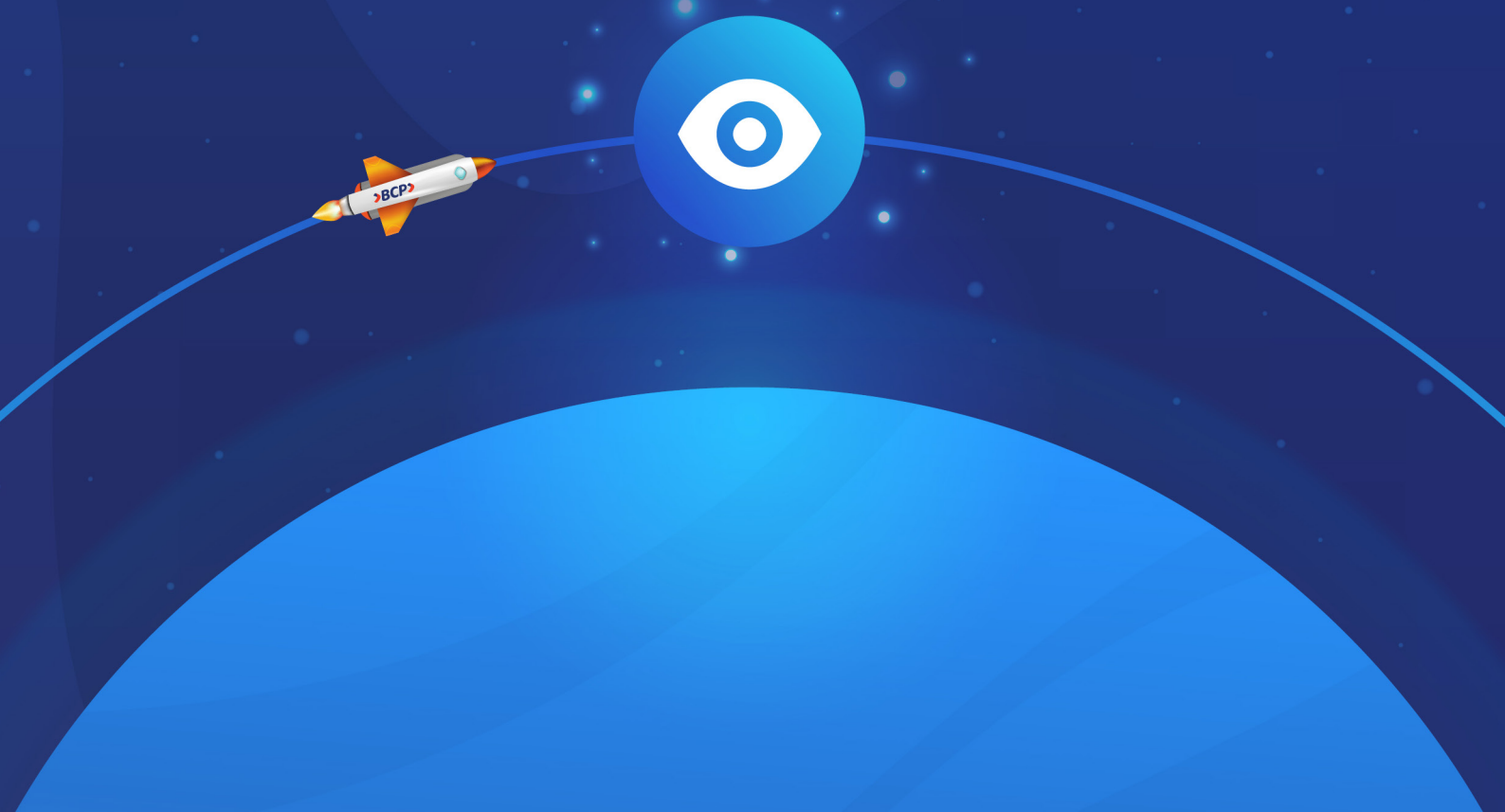
3

Ser la comunidad laboral de preferencia en el Perú, que inspira, potencia y dinamiza a los mejores profesionales.

Todos los equipos del banco tienen el compromiso de construir sus estrategias, contemplando cada uno de los

frentes de nuestra Aspiración y, a su vez, de generar acciones que contribuyan al alcance de los mismos.

Visión gráfica



Cifras del banco¹

Indicador	2016	2017	2018	2019
Rentabilidad				
Utilidad neta (S/ millones)	2,812	3,015	3,368	3,622
Utilidad neta por acción (S/ por acción) ²	0.28	0.30	0.33	0.36
Retorno sobre patrimonio promedio (ROAE) (%)	21.7	20.7	20.8	20.2
Retorno sobre activo promedio (ROAA) (%)	2.1	2.3	2.4	2.4
Margen neto por intereses (MNI) (%)	5.54	5.56	5.60	5.80
Ratios operativos³ (%)				
Gastos operativos sobre ingresos operativos	43.6	43.2	43.0	42.9
Gastos operativos sobre activos promedios	3.26	3.31	3.26	3.30
Balance (fin de periodo, en S/ millones)				
Activos	127,487	139,659	144,769	152,427
Colocaciones netas	82,718	87,325	96,487	100,126
Depósitos	74,325	85,506	93,034	99,433
Patrimonio neto	13,796	15,398	17,085	18,970
Capital				
Activo total sobre patrimonio (N° de veces)	9.2	9.1	8.5	8.0
Ratio BIS ⁴ (%)	15.35	15.05	14.16	14.47
Tier 1 Ratio ⁴ (%)	10.4	10.8	10.3	11.1
Tier 1 Common Equity Ratio ^{4,5} (%)	11.1	11.8	11.6	12.4
Calidad de cartera (%)				
Índice de cartera atrasada ⁶	2.90	3.16	2.94	3.01
Provisiones sobre cartera atrasada	159.1	147.5	158.1	150.9
Índice de cartera deteriorada ⁷	3.84	4.14	4.18	4.12
Otros datos				
Número de acciones, neto (en millones) ⁸	10,217	10,217	10,217	10,217
Precio promedio por acción (en S/)	4.7	5.8	6.1	5.6
Número de empleados	26,721	26,900	26,834	28,558

¹ Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con normas internacionales de información financiera (NIIF).

² La utilidad neta por acción es calculada sobre la base del número de acciones actualizadas a diciembre del 2019.

³ Los ingresos operativos incluyen el ingreso neto por intereses netos, ingreso neto por comisiones, ganancia neta en operaciones de cambio, ganancia neta en derivados especulativos y ganancia neta por diferencia en cambios. Los gastos operativos incluyen las remuneraciones y beneficios sociales, los gastos administrativos, depreciación y amortización.

⁴ BCP Individual en contabilidad local.

⁵ Common Equity Tier 1 = (Capital + Reservas - 100% deducciones (inversiones en subsidiarias, goodwill, activos intangibles e impuestos diferidos basados en rendimientos futuros) + Utilidades Retenidas + Ganancias no realizadas) / Activos ponderados por riesgos totales.

⁶ Cartera atrasada / colocaciones totales. Cartera atrasada = cartera vencida + cartera judicial.

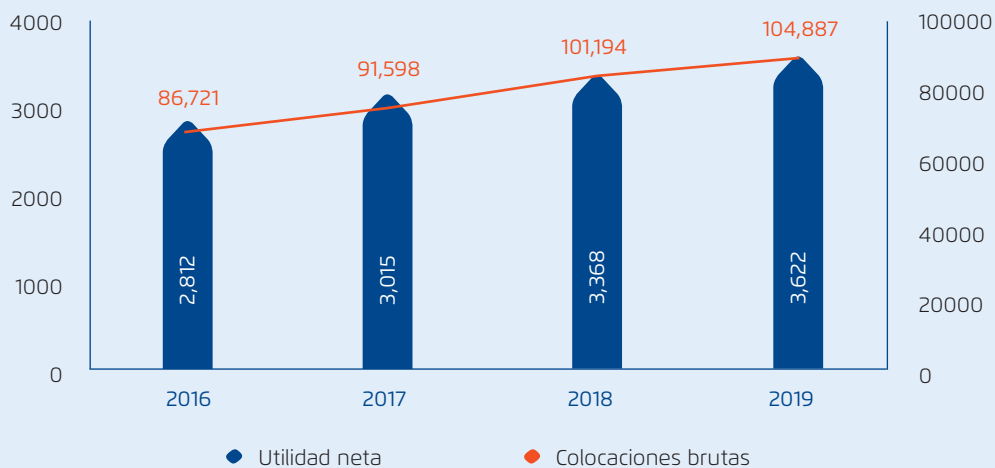
⁷ Cartera deteriorada / colocaciones totales. Cartera deteriorada = cartera atrasada + cartera refinanciada.

⁸ El número de acciones al cierre del 2016, 2017 y 2018 fueron 7,066 millones, 7,933 millones y 8,770 millones, respectivamente.

Principales indicadores de gestión

Utilidad neta

Utilidad neta y colocaciones brutas (S/ millones)



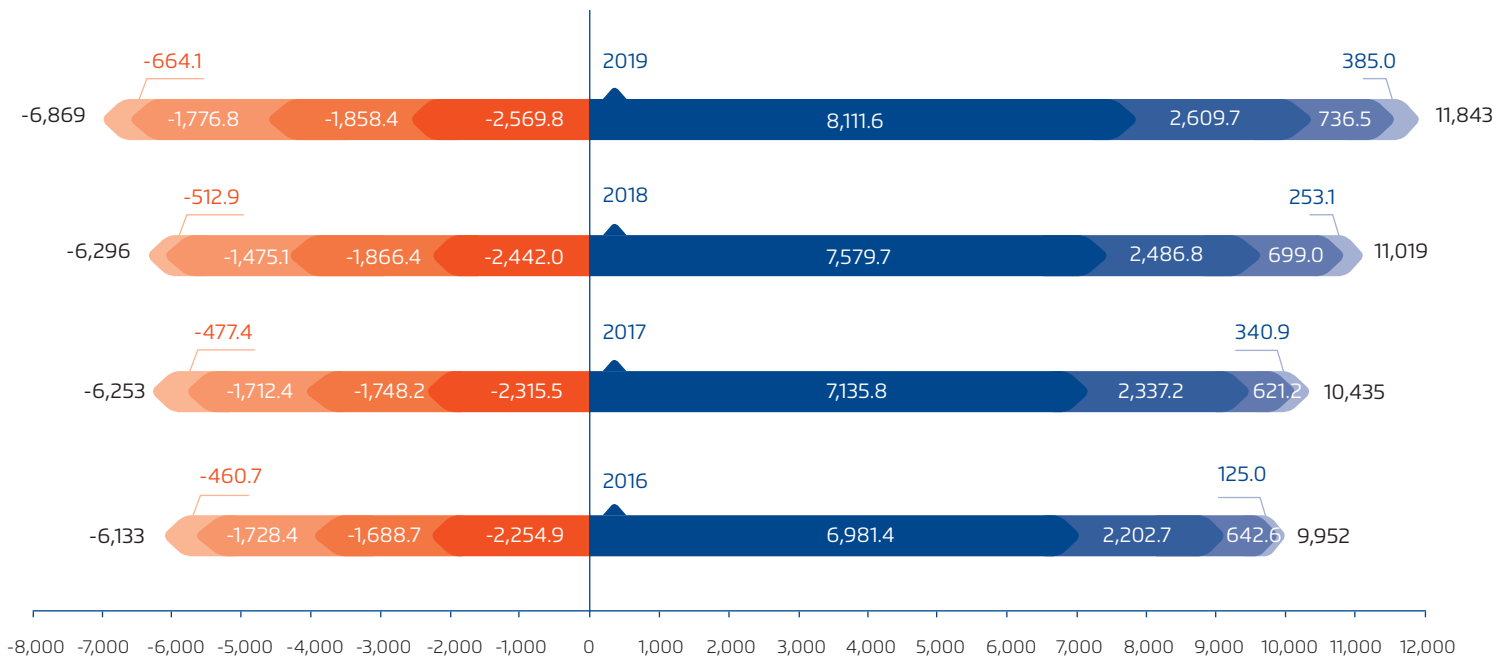
Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con NIIF.

En el 2019, a pesar de un leve crecimiento de la economía peruana (2.2%), marcado por episodios de incertidumbre macroeconómica y política, lo cual representó un entorno desfavorable para el negocio bancario, hemos logrado un notable desempeño durante el año. En línea con esto, BCP Consolidado registró una utilidad neta atribuible de S/ 3,622 millones, lo cual representó un crecimiento de 7.6% con relación al nivel alcanzado en el 2018. Esto se explica principalmente por el incremento del ingreso neto por intereses y, en menor medida, por el aumento de los ingresos netos por comisiones y ganancia neta en valores.

Lo anterior permitió contrarrestar el aumento de los gastos operativos, que a su vez reflejaron principalmente el mayor nivel de los gastos en depreciación y amortización, debido a la aplicación de la NIIF 16 la reclasifica parte de los gastos por alquileres en este rubro. De esta manera, la expansión de los ingresos operativos, lograron sobrepasar el incremento de los gastos operativos, por lo que el ratio de eficiencia de BCP Consolidado presentó una reducción de 10 bps con relación al nivel registrado en el 2018, situándose en 42.9%. Finalmente, el ROAE BCP Consolidado se situó en 20.2% y el ROAA fue de 2.4% este año (vs 20.8% y 2.4% en el 2018, respectivamente).

Utilidad operativa

Utilidad Operativa (S/ millones)



- Remuneraciones
- Generales y administrativos
- Provisiones por cobranza dudosa
- Depreciación & amortización y otros gastos

- Ingreso neto por intereses
- Comisiones por servicios
- Ganancia neta en operaciones de cambio
- Otros ingresos*

* Otros ingresos incluye: Ganancia neta en derivados especulativos, Ganancia neta en valores, Ganancia neta por diferencia en cambio y Otros. Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con NIIF.



Resultado 2019

La utilidad operativa de BCP Consolidado presentó un incremento de 5.3%, en línea con el aumento de 7.5% del total de ingreso, cuyo incremento fue superior al aumento del total de gastos y provisiones.



CIFRAS REPRESENTATIVAS

Se ascendió en Utilidad Operativa

S/4,772 vs **S/4,974**
 millones en el 2018 millones en el 2019

Se incrementó

7.5%
 en Ingresos Totales

Se contrarrestó

9.1%
 en Gastos Totales y Provisiones



Ingresos

1. El crecimiento de 7.0% del ingreso neto por intereses, que fue resultado principalmente de los mayores ingresos por intereses sobre colocaciones. Esto se dio en línea con la aceleración del crecimiento de los saldos promedios diarios en todos los segmentos. Lo anterior fue impulsado por la Banca Minorista dentro del segmento Hipotecario y en menor medida por la Banca Mayorista en el segmento Banca Empresa. Por otro lado, durante el 2019 se incrementaron los gastos por intereses sobre depósitos, como producto del crecimiento de los depósitos a plazo y depósitos de ahorro. Además, se redujeron los intereses sobre bonos y notas subordinadas como resultados del *Liability Management* realizado en el tercer trimestre del año. En esta gestión, logramos una emisión en dólares con la menor tasa en la historia de emisiones peruanas y, a su vez, hacer el *call* de la deuda subordinada a perpetuidad. Todo lo mencionado produjo un Margen Neto por Intereses (MNI) de 5.80% para el 2019, cifra mayor al 5.60% del 2018.
2. El ingreso neto por comisiones, principal ingreso no financiero, registró un aumento de 4.9% con relación al nivel del 2018. El incremento en BCP Individual se debe a los mayores ingresos de giros y transferencias, que a su vez estuvo ligado al mayor volumen de transacciones por transferencias nacionales, internacionales e interbancarias, y de recaudaciones, pagos y cobranzas. Por el lado de Mibanco, la expansión se debe al cambio en el registro contable del reconocimiento de la comisión recibida por los seguros asociados a los créditos. El cual se difería por 12 meses en promedio y a partir del 2019 una vez recibido el ingreso se reconoce en su totalidad.
3. La expansión de ganancia neta en valores fue de 326.5%, respecto al 2018. Este crecimiento se debe a las mayores ganancias en los portafolios propios de inversiones, tanto por el incremento en el valor de mercado (*Mark-to-Market*) como por la ganancia producida por la venta de algunas posiciones. Es importante considerar la recuperación del 2019 respecto al 2018, ya que el año pasado el escenario marcado por el alza de tasas de interés internacional impactó negativamente el portafolio de inversiones, mientras que el 2019 se presentaron situaciones opuestas.
4. El incremento de la ganancia neta en operaciones de cambio fue de 5.4%, que corresponde al segundo rubro más importante del ingreso no financiero y tiene una participación del 20%. Esto se explica por el mayor dinamismo transaccional, en línea con la volatilidad del tipo de cambio del Sol frente al Dólar Americano, lo que nos permite una mayor oportunidad de arbitraje.



Gastos

1. El gasto por provisiones netas para colocaciones incrementó en 20.5% por (i) Consumo: El crecimiento de los créditos digitales, los cuales fueron dirigidos a clientes de mayor riesgo. Es importante mencionar que el mayor riesgo en este producto estuvo acompañado por un incremento en los ingresos, (ii) Pyme: Este incremento se debió al mayor deterioro en los créditos para financiar activo fijo y en los créditos revolviente y (iii) Tarjeta de Crédito: El incremento está asociado al deterioro de la probabilidad de default de la cartera. Lo anterior, a su vez, está relacionado al incremento del endeudamiento por persona en el sistema financiero peruano. De esta manera, el costo del riesgo del 2019 fue de 1.69%, cifra mayor al 1.46% obtenido en el 2018.
2. El aumento en las remuneraciones y beneficios de los empleados, principalmente en Mibanco y, en menor medida, en BCP individual. En el caso de Mibanco, el incremento provino del aumento de personal en 11.8% durante el 2019, primordialmente por los equipos comerciales. Esto se dio en línea con el enfoque de seguir construyendo capacidades para asegurar el crecimiento futuro de Mibanco. Por el lado de BCP, el incremento se debió esencialmente al crecimiento de la remuneración fija, por nuevas contrataciones en el 2019 de perfiles más especializados.
3. El crecimiento de los gastos en depreciación y amortización se debió a la aplicación de la NIIF 16 que reclasifica parte de los gastos por alquileres, los cuales antes estaban en los gastos administrativos y generales, específicamente en el rubro de depreciación y amortización.

En términos de eficiencia operativa, el ratio de eficiencia de BCP Consolidado se mejoró en 10 pbs, situándose en 42.9% para el 2019. Esto se debió a que los ingresos netos por intereses de BCP Individual incrementaron en línea con el crecimiento de los saldos promedios diarios. Lo anterior pudo atenuar (i) los mayores gastos administrativos, principalmente debido a los gastos relacionados a la Tercerización y la programación de sistemas y, en menor medida, los gastos de marketing y (ii) el menor ingreso neto por intereses de Mibanco, en línea con el incremento de la competencia.

43.0% a **42.9%**
 en el 2018 en el 2019

Activos y colocaciones

Al culminar el 2019, los activos de BCP Consolidado se situaron en S/ 152,171 millones, nivel mayor a los S/ 144,769 millones registrados en el 2018. Dicho incremento se explica principalmente por el mayor nivel de colocaciones en saldos contables (+3.6%) y mayores fondos disponibles (+18.4%), respecto al nivel alcanzado en el 2018.

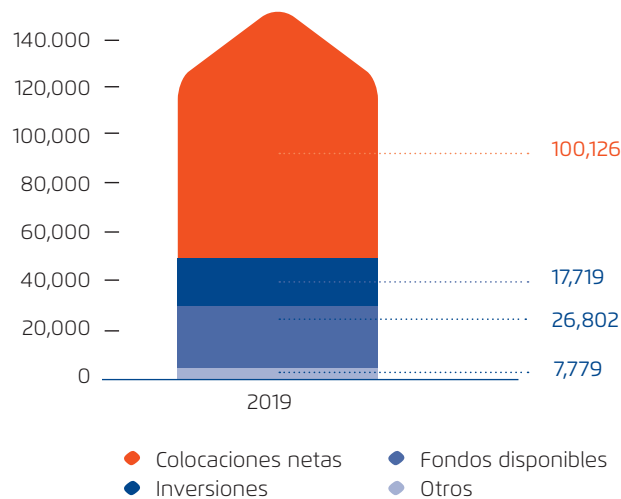
Para efectos del análisis por segmento, el crecimiento de las colocaciones en saldos promedios diarios del año fue 6.8%, respecto al nivel alcanzado en el 2018. Esto fue resultado principalmente de:

- » Banca Minorista, que incrementó en 11.6% principalmente por la expansión del segmento Hipotecario, el cual registró un crecimiento anual de 13.3% en saldos promedio diarios. Asimismo, los segmentos de Consumo, Tarjeta de Crédito y Pyme presentaron una evolución bastante favorable, creciendo en 12.3%, 19.0% y 9.6% en saldos promedio diarios, respectivamente, en comparación con los saldos del 2018.
- » Banca Mayorista, donde destaca la expansión del segmento de Banca Empresa, el cual registró un aumento anual de 6.8% en saldos promedio diarios, principalmente por créditos en moneda extranjera.
- » Mibanco, que aumentó en 5.4% su portafolio de colocaciones y continúa con su estrategia basada en la inclusión financiera y el acompañamiento a clientes que siguen creciendo.

Como resultado de todo lo anterior, el portafolio de Banca Minorista (incluyendo Mibanco) aumentó su participación de 52% a 54% en saldos promedios diarios, mientras que las colocaciones de Banca Mayorista disminuyeron de 48% en el 2018 a 46% en el 2019.

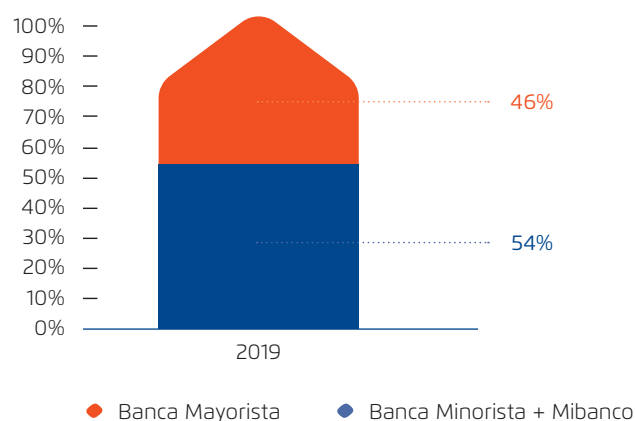
Al cierre de diciembre del 2019, BCP Consolidado mostró una participación de 32.0%¹ en el mercado de colocaciones, con lo cual mantuvo su posición de liderazgo en el sistema. Este logro es destacable en la medida en que fue obtenido en un contexto caracterizado por alta incertidumbre y una fuerte competencia en casi todos los segmentos.

Composición de activos* (S/ millones)



* Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con NIIF.
Composición medida en saldos contables.

Composición de la cartera de colocaciones* (%)



* Saldos promedios diarios anuales.

¹Participación de mercado a diciembre del 2019.

Banca mayorista

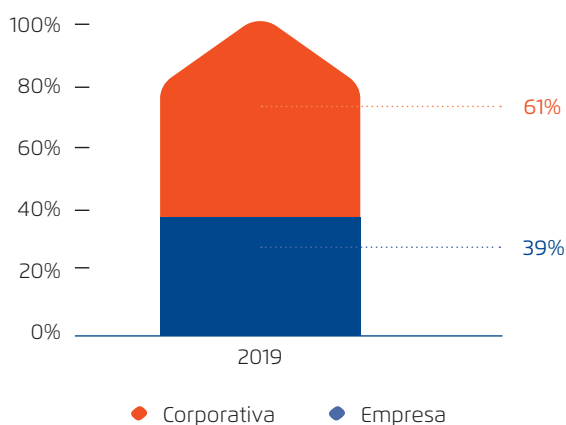
Al analizar el portafolio de Banca Mayorista, se aprecia un incremento de 2.8% en saldos promedios diarios.

El incremento de los saldos promedios diarios de Banca Mayorista fue resultado principalmente del incremento de 6.8% en Banca Empresa, mientras que las colocaciones de Banca Corporativa se mantuvieron en el mismo nivel que el año anterior.

Asimismo, la dolarización del portafolio de Banca Mayorista, medida en saldos promedios diarios, incrementó de 55.3% a 56.1% al cierre del 2019. Este incremento fue generado porque el incremento en colocaciones del segmento de Banca Empresa se dio principalmente en moneda extranjera (+7.2%), en comparación al crecimiento de colocaciones de este segmento en moneda nacional que creció 4.6%.

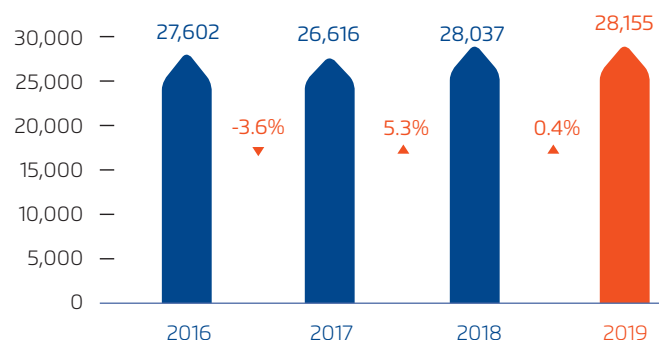
Finalmente, BCP Individual mantuvo el liderazgo del mercado con una participación en colocaciones de Banca Mayorista de 36.8%¹ que, a su vez, representó una participación de mercado de 37.5% y de 35.9% en Banca Corporativa y Banca Empresa, respectivamente, a diciembre del 2019.

Composición de la cartera de Banca Mayorista* (%)



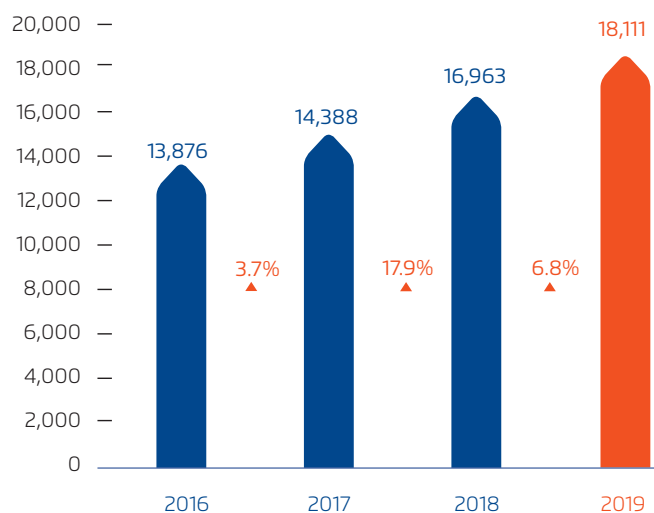
* Saldos promedios diarios anuales.

Evolución de la cartera de Banca Corporativa* (S/ millones)



* Saldos promedios diarios anuales, excluye colocaciones a otras empresas de Credicorp.

Evolución de la cartera de Banca Empresa* (S/ millones)



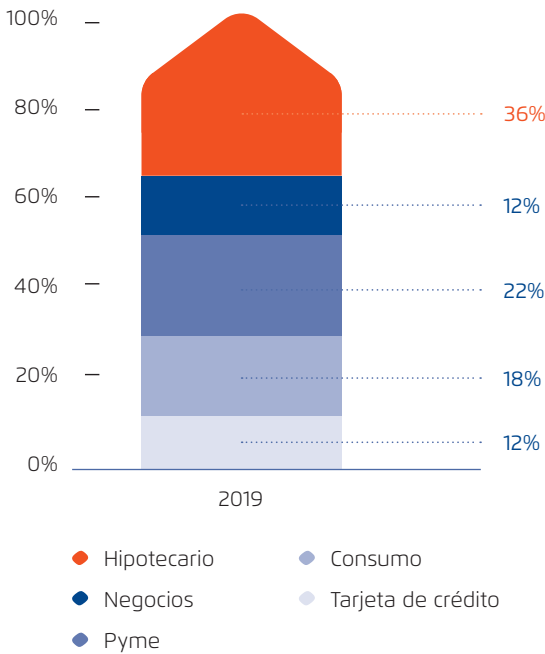
* Saldos promedios diarios anuales.

¹ Participación de mercado a diciembre del 2019. Incluye oficinas de representación.

Banca minorista

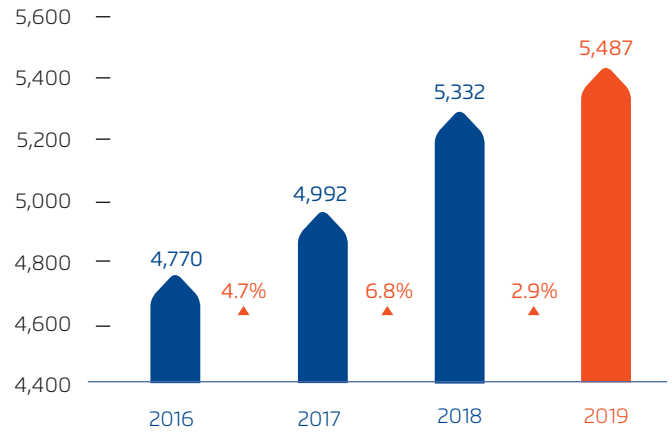
Banca Minorista, incluido Mibanco, registró un desempeño positivo, lo cual se reflejó en el crecimiento anual de 10.4% medido en saldos promedios diarios de colocaciones. Esto fue resultado de la expansión lograda en términos de volumen, principalmente en el segmento Hipotecario y en menor medida en los segmentos de Pyme y Consumo. Es importante mencionar que la mayor parte de la expansión que se presentó en todos los segmentos de la Banca Minorista fue en moneda nacional.

Composición de la cartera de Banca Minorista* (%)



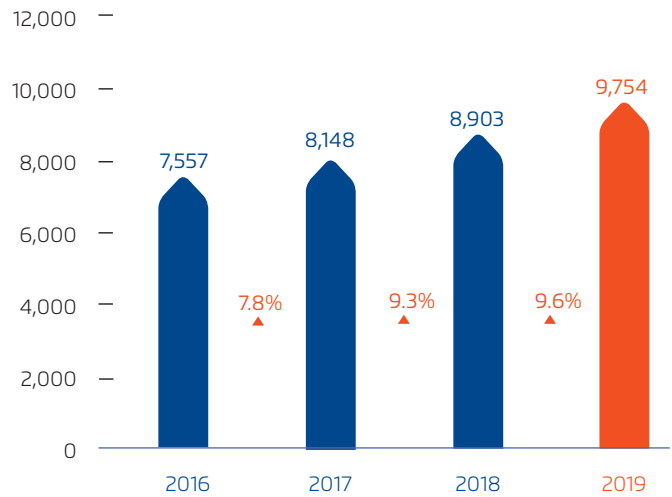
* Saldos promedios diarios anuales.

Negocios* (S/ millones)



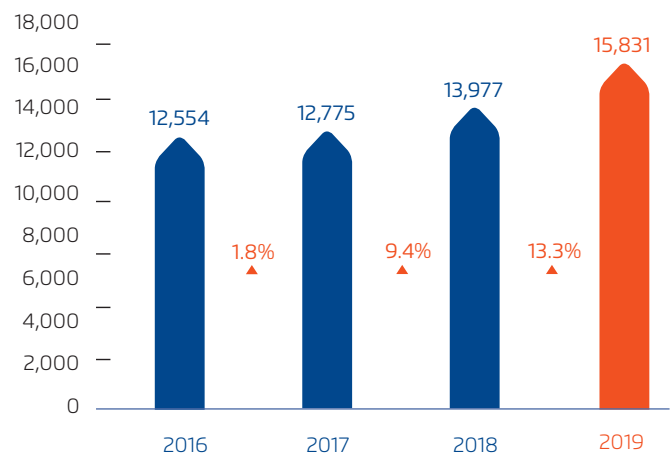
* Saldos promedios diarios anuales.

Pyme* (S/ millones)



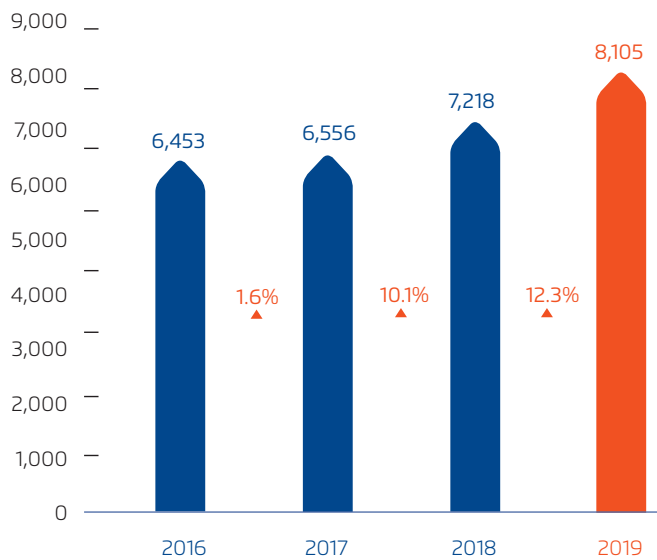
* Saldos promedios diarios anuales.

Hipotecario* (S/ millones)



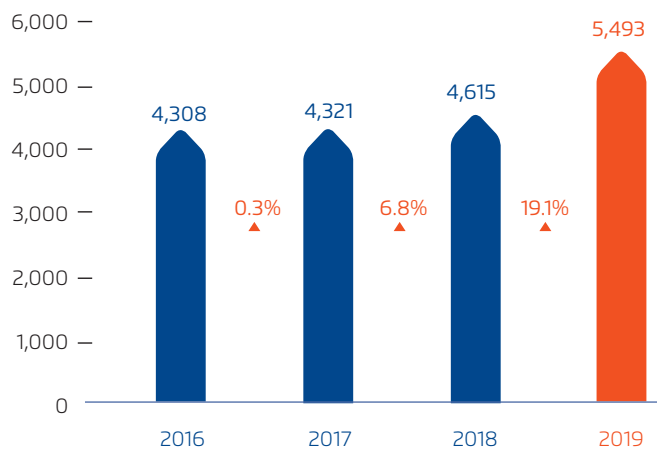
* Saldos promedios diarios anuales.

Consumo* (S/ millones)



* Saldos promedios diarios anuales.

Tarjeta de crédito* (S/ millones)

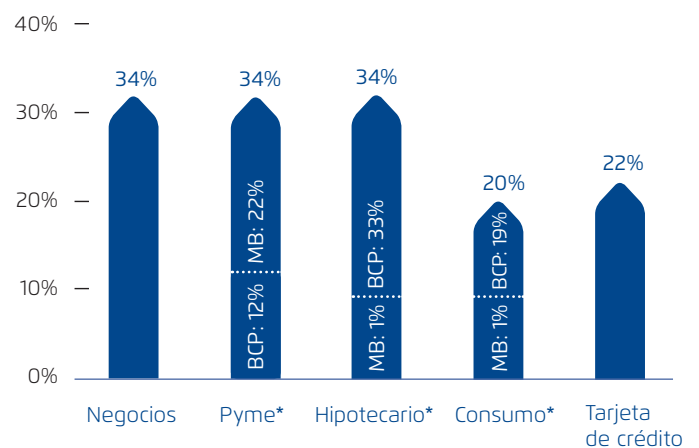


* Saldos promedios diarios anuales.

Al interior del portafolio de Banca Minorista, el crecimiento fue liderado por el segmento Hipotecario, el cual registró una expansión en saldos promedios diarios de 13.3%. En línea con lo anterior, la participación de mercado del segmento Hipotecario se incrementó ligeramente en este segmento, pasando de 32.7% en el 2018 a 33.5% a diciembre del 2019. Por el lado del segmento Pyme, la participación de mercado de BCP Individual se redujo ligeramente de 12.2% en el 2018 a 11.9% en el 2019. De igual manera, la participación de mercado de Mibanco disminuyó a 21.7% a diciembre del 2019, comparado con los 22.2% de participación al cierre del 2018.

BCP es líder de mercado en la mayoría de sus segmentos de negocio, a excepción del segmento Consumo y Tarjeta de Crédito, en el que nos encontramos en el segundo lugar. Las participaciones de mercado en cada rubro se pueden observar en el siguiente gráfico.

Participación de mercado (%) Banca Minorista* (Diciembre de 2019)



* Incluye Mibanco.

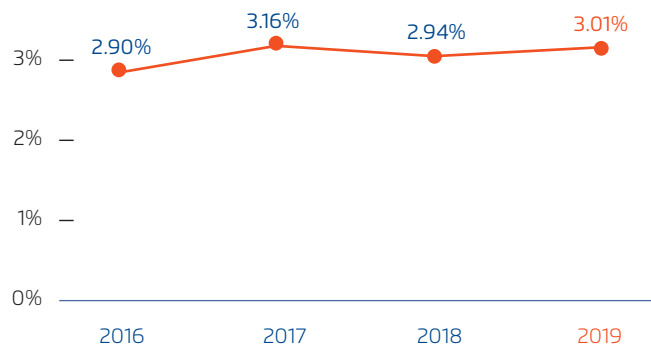


Banca Minorista, incluyendo Mibanco, registró un desempeño positivo, con un crecimiento de 10.4% de las colocaciones en saldos promedio diarios.

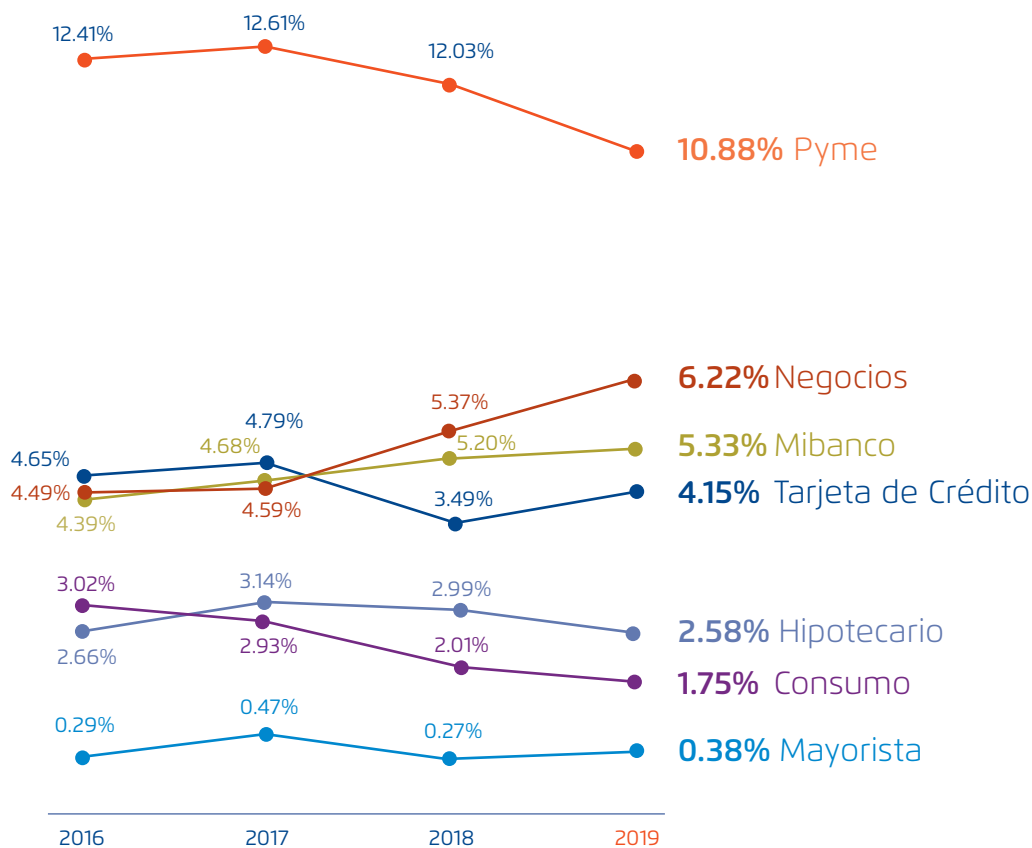
Calidad de cartera y cobertura

Al culminar el 2019, el índice de cartera atrasada de BCP Consolidado incrementó de 2.94% registrado al cierre del 2018 a 3.01% al cierre del 2019. El índice, al igual que en el año 2018, muestra una evolución estable y se encuentra dentro de los límites de apetito de riesgo que define la organización.

Índice de cartera atrasada (%)



El siguiente gráfico muestra la evolución del índice de la cartera atrasada por segmento de negocios:



Al culminar el 2019, el índice de cartera atrasada de BCP Individual incrementó de 2.65% registrado al cierre del 2018 a 2.69% al cierre del 2019. Al analizar el ratio por segmento de BCP Consolidado se observa que:

- » Banca Mayorista presentó un deterioro, pero mantuvo niveles bajos y estables de morosidad, lo cual caracteriza a este negocio (0.38% en el índice de cartera atrasada en el 2019 y 0.27% en el 2018). Sin embargo, durante el año se presentaron algunos casos puntuales que presionaron ligeramente el índice de cartera deteriorada, específicamente en el 2019 por algunos créditos que migraron de vigentes a vencidos.
- » El índice de morosidad en el segmento Negocios, se incrementó en 85 pbs con relación al nivel del 2018 (6.22% y 5.37% en el 2019 y 2018, respectivamente). Esto fue producto, principalmente, del crecimiento de la cartera atrasada en línea con el deterioro de clientes puntuales. Asimismo, es importante resaltar que los clientes de este segmento cuentan con un alto nivel de cobertura en garantías reales (inmuebles), el cual asciende aproximadamente a 74%.
- » El segmento Pyme registró una mejora de 115 pbs en el índice de cartera atrasada, situándose en 10.88%, frente al 12.03% del año anterior. Esto se originó principalmente por la venta de cartera que se realizó en el año, el incremento de los castigos de los créditos que tenían más de 150 días de atraso y el fuerte crecimiento de las colocaciones en el segmento. Además, se debe tener en cuenta que el nivel de garantías reales en este negocio es aproximadamente de 52%.
- » Los ratios de morosidad disminuyeron en el segmento Hipotecario principalmente por la aceleración del crecimiento de los saldos en el segmento y en menor medida por la venta de cartera vencida que hubo en el año, pasando de 2.99% en el 2018 a 2.58% en el 2019.
- » El nivel de morosidad en el sector Consumo registró una disminución, pasando de 2.01% en el 2018 a 1.66% en diciembre de 2019. Esto se debió principalmente a la reducción de la cartera atrasada, en línea con la venta de una parte del portafolio atrasado en el año. Es importante tener en cuenta que la cartera sigue dentro del apetito de riesgo de la organización y que el perfil de riesgo continúa mejorando en comparación con el nivel de las cosechas del 2015 o anteriores. Esta mejora se logró gracias a diferentes iniciativas de gestión de riesgos y cobranzas. La nueva composición de la cartera refleja un perfil calibrado, generado por el cambio en la política de riesgos para admisiones.

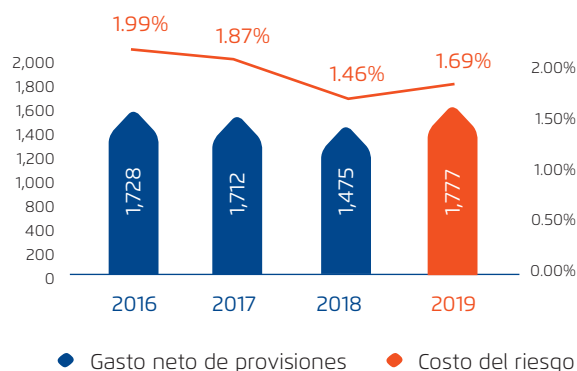
- » Tarjeta de crédito presentó un incremento de 66 pbs en el índice de morosidad, el cual se situó en 4.15% en diciembre de 2019, frente al 3.49% registrado en el 2018. Esto se debe al incremento del endeudamiento por persona en el sistema financiero peruano, lo cual fue atenuado por la venta de una parte del portafolio atrasado en el año.
- » Mibanco mostró un aumento en el índice de cartera atrasada, en línea con la menor cantidad de créditos castigados durante el año. Esto incrementó el índice de cartera atrasada, de 5.20% en el 2018 a 5.33% en el 2019.

En cuanto al gasto de provisiones netas para colocaciones, hubo un incremento de 20.5% ocasionado por:

- » Consumo: El crecimiento de los créditos digitales, los cuales están dirigidos a clientes de mayor riesgo. Es importante mencionar que el mayor riesgo en este producto está acompañado por un incremento en los ingresos.
- » Pyme: El incremento se debió al mayor deterioro en los créditos para financiar activo fijo y en los créditos revolvente.
- » Tarjeta de Crédito: El aumento estuvo asociado al deterioro de la probabilidad de default de la cartera. Lo anterior a su vez está relacionado al incremento del endeudamiento por persona en el sistema financiero peruano.

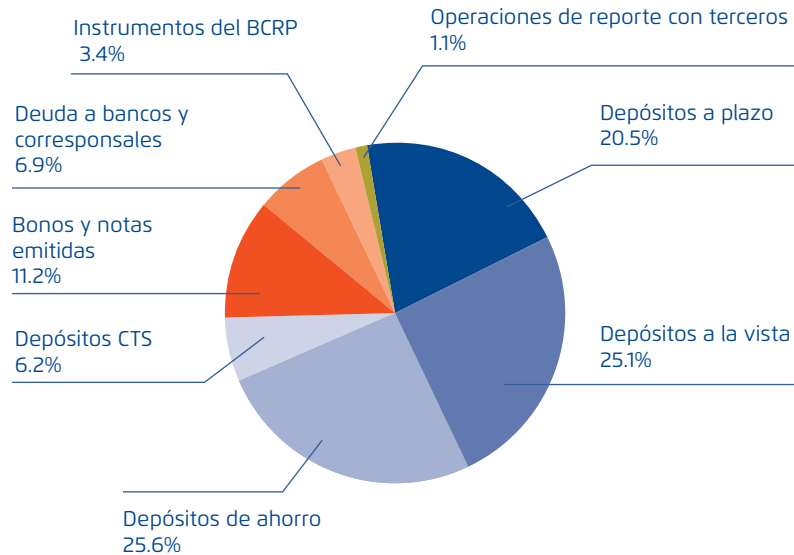
De esta manera, el costo del riesgo del 2019 fue de 1.69%, mayor al 1.46% en el 2018.

Evolución del gasto neto de provisiones y costo del riesgo (S/ millones)



Fondeo y depósitos

Composición del fondeo* (%)



* Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con NIIF.

El fondeo total de BCP Consolidado ascendió a S/ 128,415 millones al cierre del 2019, cifra mayor al 4.0% obtenido en el 2018. Este incremento se debe a la expansión de los depósitos (6.9%), en un contexto en el que también se incrementaron las colocaciones y se alinearon al objetivo de mantener un adecuado balance de activos y pasivos según el apetito del Grupo.

Al analizar la estructura de fondeo de BCP Consolidado, se aprecia que los depósitos continúan siendo la principal fuente de fondeo con una participación de 77.4% del total, en comparación al 75.3% del 2018. Es importante recalcar que los depósitos representan la fuente de menor costo entre el mix de fondeo, cuyo incremento provino principalmente de los depósitos a la vista y ahorros. Así, al cierre de diciembre 2019, BCP Consolidado mantuvo el liderazgo de depósitos en el mercado, con una participación de 32.7%, significativamente por encima del competidor más cercano (el cual se sitúa con una PdM de 19.1%).

Dentro de las otras fuentes de fondeo, se presenta una reducción de 4.9% respecto al año anterior, siendo estos reemplazados por los depósitos de menor costo y mayor liquidez. De esta manera, los bonos y notas emitidas redujeron su participación de total de fondeo estable, representando 11.2% al cierre del 2019 (*versus* los 11.9% en el 2018). Respecto a los instrumentos del BCRP, esta representó la mayor contracción entre las otras fuentes de fondeo, reduciendo su participación de 4.2% a 3.4%,

en línea con las menores operaciones de reporte de sustitución y expansión en el año. Cabe destacar que los instrumentos del BCRP continúan su reducción desde el 2016, año en que empezaron a vencer los instrumentos especiales otorgados por el BCRP como parte de la iniciativa de desdolarización.

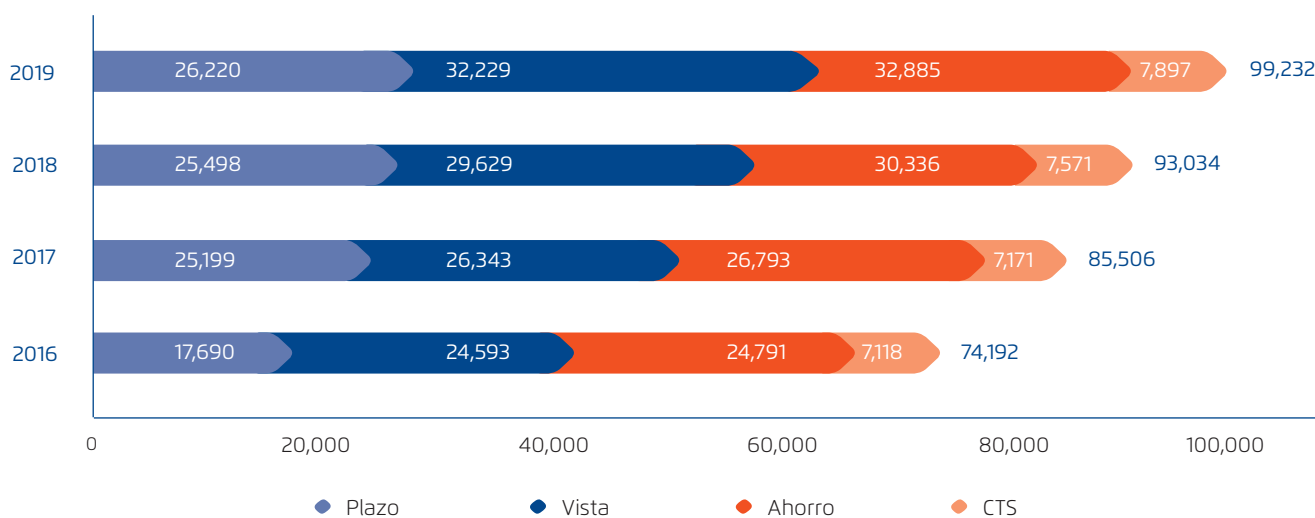
Asimismo, cabe resaltar que BCP Individual mejoró su perfil de madurez de fondeo mayorista, reduciendo la curva de costo de fondeo en moneda local y extranjera debido a la estrategia de gestión de pasivos, que incluye el canje y recompra de bonos, el cual se realizó en el tercer trimestre del 2019. El "new money" emitido permitió al BCP reemplazar, durante el cuarto trimestre, deudas más costosas, como un bono corporativo que llegó a su vencimiento y una deuda subordinada perpetua.

Finalmente, el costo de fondeo de BCP Consolidado se situó en 2.27% en el 2019, en comparación al 2.16% del 2018. Lo anterior se debió a los mayores gastos por intereses de BCP Individual, donde (i) fue la principal subsidiaria impactada por la aplicación de NIIF 16, (ii) el canje y nuevas emisiones de bonos corporativos realizados en el 3T19, incluían gastos "one-off", y (iii) el crecimiento de 5.2% de los depósitos a plazo fue principalmente en MN.

A diciembre de 2019, los depósitos de menor costo (ahorro y a la vista), representan el 50.8% del total de fondeo (en comparación al 48.5% alcanzado en el 2018). Además, presentaron el mayor crecimiento dentro del total de fondeo.

Composición de los depósitos*

(S/ millones)



* Cifras Proforma - No auditado, de acuerdo con NIIF (El total de depósitos incluye los intereses por pagar). Las cifras, desde el 2016, no incluyen a BCP Bolivia.

Canales de atención¹

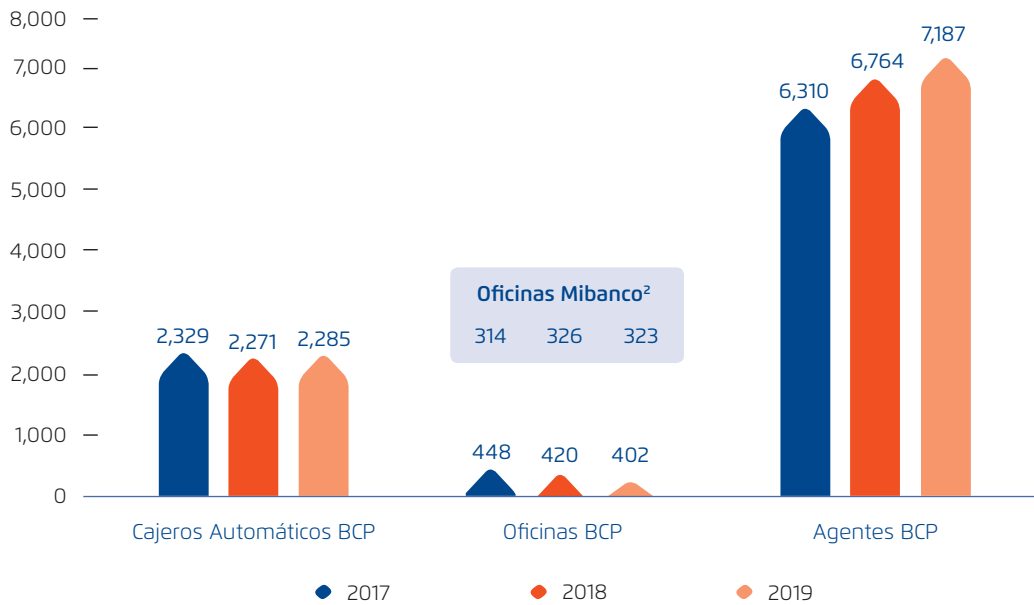
Un aspecto importante para la estrategia de crecimiento a largo plazo, relacionado con el compromiso de BCP con la bancarización, es poseer una eficiente y rentable red de canales de atención. Por ello, en línea con la estrategia de migración de clientes hacia canales costo-eficientes, se incrementó el número de Agentes BCP (+423). Por otro lado, se redujeron los canales más costosos, las oficinas, tanto para BCP Individual (-18) como de Mibanco (-3), con respecto al cierre del 2018. Es importante considerar que la estrategia de migración hacia canales costo-eficientes implica también cerrar oficinas de mayor tamaño, que representan mayores costos operativos, y reemplazarlas por otras de formato reducido. Respecto al número de oficinas de Mibanco, este cerró el 2019 con 323 puntos de contacto a nivel nacional, cuya disminución se debe principalmente al menor número de oficinas del Banco de la Nación. Así, BCP Consolidado consiguió constituir una red de 10,197 puntos de contacto, lo que le permite estar más cerca de sus actuales clientes y de la población que todavía no accede al sistema financiero.

De igual manera, cabe mencionar que el volumen de transacciones de BCP Individual se incrementó en 39.4% durante el 2019, destacando el significativo crecimiento del volumen de transacciones registradas a través de canales costo-eficientes y digitales, como Banca celular y Agentes BCP. Mientras tanto, las transacciones realizadas mediante los canales tradicionales disminuyeron su participación en el total de transacciones (6.1% en el 2019 vs 8.7% en el 2018). Esto demuestra los frutos de la estrategia de incentivar a clientes a utilizar canales costo-eficientes, en reemplazo de los tradicionales, los cuales implican mayores costos.

¹ Canales de distribución solo en Perú.

Evolución de canales de atención - BCP Consolidado¹

(unidades)



¹ BCP Consolidado (Incluye BCP Individual y Mibanco) registró 772, 746 y 725 oficinas para los años 2017, 2018 y 2019 respectivamente.

² Mibanco no cuenta con cajeros ni agentes ya que usa la red de BCP. Sus oficinas incorporan las oficinas del Banco de la Nación, donde en el 2017, 2018 y 2019 fueron 38, 37, y 35 respectivamente.



El volumen de transacciones en BCP Individual se incrementó en 39.4% durante el 2019.

Unidades de negocio



Banca mayorista

Logramos un buen desempeño durante el 2019, a pesar del lento crecimiento económico y un entorno altamente competitivo. Además, buscamos preservar el liderazgo y rentabilidad a través de iniciativas importantes. Entre ellas destacan:



Presentamos una nueva estructura ágil para potenciar la estrategia y gestión de productos mediante la creación de las 'tribus' de Canales Digitales, Productos Crediticios y Productos Transaccionales.



Obtuvimos una importante reducción en el tiempo de afiliación a host-to-host de 75 a 20 días y en tiempo de interconexiones de recaudación de 6 meses a 30-45 días.



Migramos más de 5 millones de transacciones en ventanilla a otros canales costo-eficientes, reduciendo costos operativos.



Se logró digitalizar el 85% de las operaciones de financiamiento de corto plazo de nuestros clientes al cierre del año.



Lanzamiento de una nueva funcionalidad en Swift (FileAct) que permite a clientes automatizar sus pagos masivos y centralizar sus tesorerías.



La participación en importantes proyectos de nuestros clientes, tales como:

- » Financiamiento en Leasing por US\$ 155 millones para la construcción y equipamiento del Centro Comercial Mall Aventura Chiclayo.
- » Financiamiento a Grucaba para la construcción del Hotel Holiday Inn (terminado) y del Hotel Marriot (por terminar) por un valor total de US\$ 80 millones aproximadamente.
- » Financiamiento de Mediano Plazo otorgado a Unión Andina de Cementos por US\$ 502.5 millones.
- » Financiamiento de Mediano Plazo a BSF Almacenes del Perú por US\$ 75 millones para usos corporativos y crecimiento del área total arrendable.
- » Financiamiento de Mediano Plazo otorgado al Grupo Rocio (TAL S.A y AVO PERÚ S.A.C) por US\$ 21 millones para la implementación del proyecto agrícola de palto en los valles de Virú y Chao.
- » Crédito de Mediano Plazo a la Universidad Esan por US\$ 21.5 millones para financiar pasivos originados por la inversión en infraestructura destacando la construcción de un Polideportivo.
- » Financiamiento en Leasing por S/ 290 millones para la construcción de Mall Plaza Comas.
- » Financiamiento de Mediano Plazo a Ferreyros S.A.A. por US\$ 50 millones para usos corporativos.

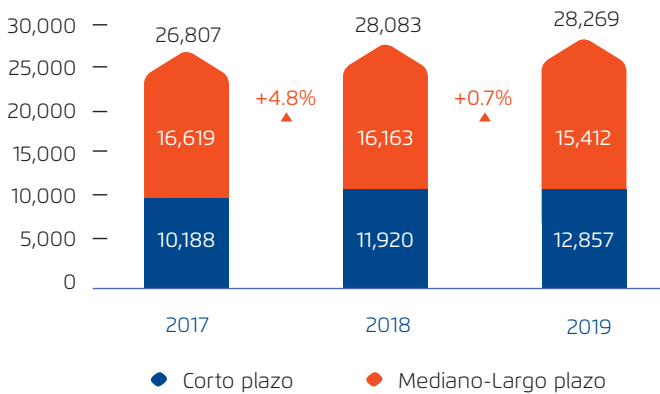
Banca corporativa

Banca Corporativa cerró el 2019 con S/ 29,061 millones en colocaciones directas y S/ 12,956 millones en créditos contingentes (cartas fianzas, cartas de créditos de importación o de exportación y *stand-by*). En cuanto a los saldos promedios diarios anuales de colocaciones, la Banca Corporativa alcanzó S/ 28,269 millones en el 2019, lo cual implica un crecimiento de 0.7% respecto al 2018 (sin excluir colocaciones a otras empresas del Grupo).

Nos mantuvimos como líderes en el sistema bancario nacional, con una participación de 35.8% en colocaciones directas, al cierre del 2019, frente a 38.5% registrado al cierre del 2018. Asimismo, tuvimos una participación de 34.7% en créditos contingentes, en diciembre del 2019, frente al 34.3% alcanzado en diciembre del 2018, mostrando un indicador de eficiencia favorable de 22.2%¹ en el 2019.

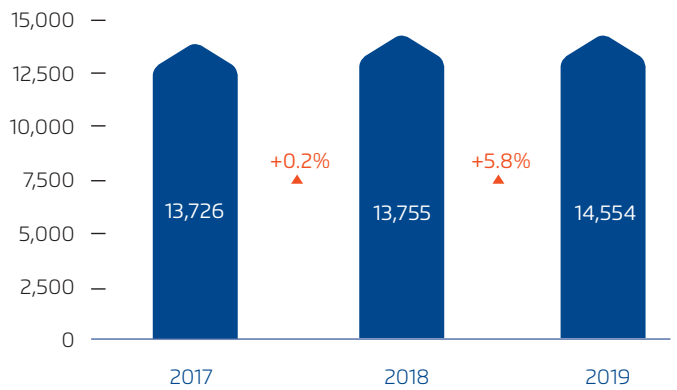
En el caso de los depósitos, el promedio de saldos se incrementó en 5.8% durante el 2019, pasando de un volumen promedio de S/ 13,755 millones en el 2018 a S/ 14,554 millones en el 2019.

Colocaciones directas por plazo (Promedio Anual) (S/ millones)



Fuente: BCP – Gerencia Central de Planeamiento y Finanzas

Depósitos (Promedio Anual) (S/ millones)



Contingentes (Promedio Anual)* (S/ millones)



* Cartas fianzas, cartas de créditos de importación, cartas de créditos de exportación y *stand-by*.

Fuente: BCP – Gerencia Central de Planeamiento y Finanzas

¹ Eficiencia: - (Total gastos operativos - otras provisiones) / (Margen de intermediación + ingresos no financieros - otros ingresos - ganancia en venta de valores).

Negocios internacionales

Durante el 2019, hemos continuado liderando el mercado de comercio exterior gracias a la confianza de nuestros clientes y a nuestro servicio de asesoría. Seguimos marcando la diferencia en un entorno considerablemente competitivo.

Para el año 2019, se registra un superávit en la balanza comercial peruana, menor al registrado el año anterior, explicado por la menor producción de los sectores primarios y por los menores embarques de sectores de exportación no tradicional (textiles y sidero-metalúrgicos), afectados por un escenario internacional menos favorable. El valor de las exportaciones decreció en 4.2% comparado con el 2018 y las importaciones descendieron en 2%.

En los productos tradicionales de comercio exterior continuamos liderando la participación de mercado en el 2019, en las exportaciones con un 45.8% (vs 47.0% en el 2018) y en las importaciones con un 41.4% (vs 39.1% en el 2018). Asimismo, en pagos internacionales también lideramos el mercado con el 49.0% (vs 45.4% en el 2018) de participación de mercado.

Nuestro negocio de *Factoring* Internacional alcanzó el volumen de S/ 1,419 millones, lo que representa un incremento del 43.4% respecto al 2018, año en que registramos S/ 989.5 millones. Este resultado nos sigue posicionando como líder en el mercado peruano e incrementando nuestra participación a 90.4% (mayor al 83.9% alcanzado en el 2018) en el marco de la cadena FCI (*Factor Chain International*), cadena internacional de factoraje que congrega a instituciones financieras internacionales de primer nivel. En el 2019, y de acuerdo

a FCI, el Perú sigue liderando el mercado latinoamericano con una participación del 39.7%.

El BCP siguió destacando en su negocio de corresponsalía y atendiendo las necesidades de los bancos de la región. En ese sentido, el negocio de colocaciones a bancos tuvo un buen desempeño durante el 2019, cerrando con un saldo promedio de S/ 1,533 millones, adecuadamente diversificados en riesgos de bancos en Brasil, Chile, Colombia, Panamá, Guatemala, Paraguay, Costa Rica y Perú, registrando un crecimiento de 23%.

El inicio del año 2019 fue lento por la contracción de la inversión pública en nuevos proyectos de gran escala y la continuación de la guerra de precios. Sin embargo, el negocio se reactivó a partir del segundo trimestre por las actividades de construcción de infraestructura de deportes y de proveedores para los Juegos Panamericanos que se realizaron en la ciudad de Lima, los cuales requirieron la emisión de múltiples medianas y pequeñas cartas fianza de licitación y cumplimiento, las cuales tuvieron un impacto favorable en las comisiones por este servicio. De esta manera, al cierre del 2019 el stock de contragarantías registró un volumen de S/ 2,510 millones, con ingresos por servicios de S/ 15.6 millones, lo que representa un crecimiento del 14% respecto a los S/ 13.7 millones del 2018.

Los ingresos por comisiones de nuestros productos de comercio exterior ascendieron a S/ 193.3 millones en el 2019, 6% mayor que los obtenidos en el año anterior. La utilidad neta alcanzó S/ 137.7 millones, 43% superior que el 2018. Además, obtuvimos un ROE de 20.4% y un ratio de eficiencia de 27.2%.

Leasing

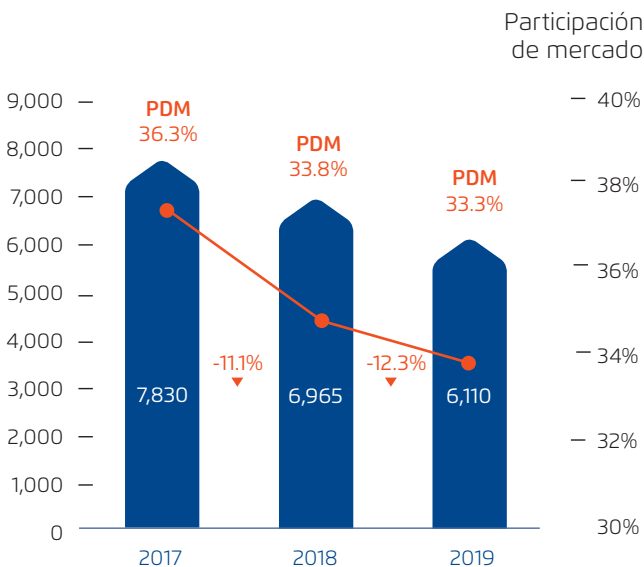
Nuestra institución lidera el mercado con una participación de 33.3% en el sistema financiero al cierre del 2019. Cabe resaltar que los volúmenes totales de arrendamiento financiero del sistema registraron una disminución de 4.5% en el 2019, pasando de S/ 18,817 millones en el 2018 a S/ 17,976 millones en el 2019.

El portafolio de leasing del BCP alcanzó los S/ 6,012 millones. En el 2019 la cartera de clientes activos con operaciones de leasing fue de aproximadamente 3,700 empresas, lo que representa 7,300 contratos vigentes y más de 51,000 activos financiados.

Los resultados de leasing en términos de rentabilidad fueron positivos, como consecuencia de mantener nuestros *spreads* con una cartera saludable en términos de provisiones, contribuyendo con una utilidad neta de S/ 64.4 millones, con un ROE de 15.7% y un ratio de eficiencia de 33.7%.

Además, la importante presencia del BCP en el segmento corporativo y nuestro sólido liderazgo en el mercado nos consolidan entre las 11 principales entidades de arrendamiento financiero de Latinoamérica, según The Alta LAR 100 elaborado por The Alta Group en agosto 2019.

Saldo colocaciones Leasing (Promedio anual) (S/ millones)



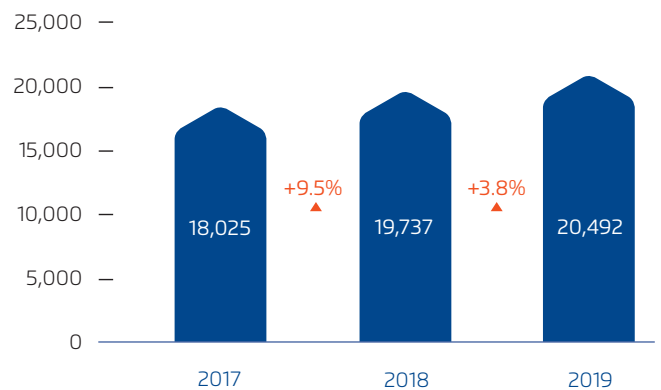
Fuente: SBS – Saldos fin de mes al cierre del periodo.

Financiamientos de Mediano y Largo Plazo

En el BCP ofrecemos productos de financiamiento de mediano y largo plazo a nuestros clientes en los diversos sectores económicos, a nivel nacional y regional, apoyándolos en su crecimiento, en sus necesidades de inversión y optimización de sus finanzas estructurales. Contamos con alternativas de préstamos en moneda nacional y extranjera, tasa fija, tasa variable, sindicados, etc.

En el 2019, el saldo de colocaciones de los productos de financiamiento de mediano plazo y largo plazo en el BCP alcanzó un crecimiento del 3.8% mostrando indicadores favorables, entre ellos: utilidad neta de S/ 241.7 millones, ROE de 18.8% y ratio de eficiencia de 11.0%.

Saldo colocaciones Mediano y Largo Plazo (S/ millones)



Fuente: BCP – Gerencia Central de Planeamiento y Finanzas.

Cash management y Servicios transaccionales

Seguimos consolidando nuestro liderazgo, basado en innovación y amplia cobertura.



Telecrédito (Banca Electrónica)

- » El número de transacciones¹ realizadas a través de nuestro canal digital se incrementó en 8.8% durante el 2019, al pasar de 63.3 millones en el 2018 a un acumulado de 68.8 millones de transacciones en el 2019. Lo anterior representa un monto superior a S/ 930.2 mil millones (+18.7% respecto al 2018).
- » El número de empresas afiliadas a la Banca Electrónica superó las 75 mil empresas (+14% respecto al 2018).



Servicio de pago de haberes

- » Al cierre del 2019, el número de personas que recibe su sueldo a través de los servicios del BCP es de 1.4 millones (+2% respecto al 2018).
- » El monto de pagos mensuales en haberes canalizados por intermedio del BCP ascendió a S/ 4,156 millones (+4% respecto al 2018).
- » Mantenemos un claro liderazgo en este servicio al canalizar 41.9% de los haberes pagados en el sistema financiero.



Servicio de pago a proveedores

- » El monto de los pagos mensuales en este servicio pasó de S/ 15,956 millones a S/ 17,623 millones en el 2019 (+10.5% respecto a 2018).
- » Además, BCP ocupa una posición líder, debido a que canaliza 39.5% de los pagos a proveedores en el sistema financiero a diciembre de 2019.



Servicio de recaudación

- » El monto recaudado a través de este servicio se incrementó en 6.0%, alcanzando más de S/ 87,000 millones anuales en el 2019 y posicionándonos como los claros líderes del mercado con 48% de participación de mercado.
- » El número de operaciones para el 2019 fue de 126.8 millones, creciendo 17% respecto el año anterior, impulsado por un 54% de crecimiento de canales digitales, gracias al despliegue exitoso de iniciativas de migración de operaciones de canales físicos enfocados en ofrecer mayor conveniencia para que nuestros clientes realicen sus pagos.
- » Logramos simplificar nuestro proceso de conexión con empresas para ofrecer servicios de conciliación en línea, pasando de un tiempo promedio de conexión de 6 meses a 45 días, incrementando por 7 veces el número de nuevas empresas interconectadas.
- » Mantenemos más de 9,000 puntos de recaudo (Agencias, Agentes BCP y Cajeros Automáticos) al cierre del 2019, lo que posiciona al BCP como una de las principales redes de recaudación del país.



Descuento, Cobranza y Factoring

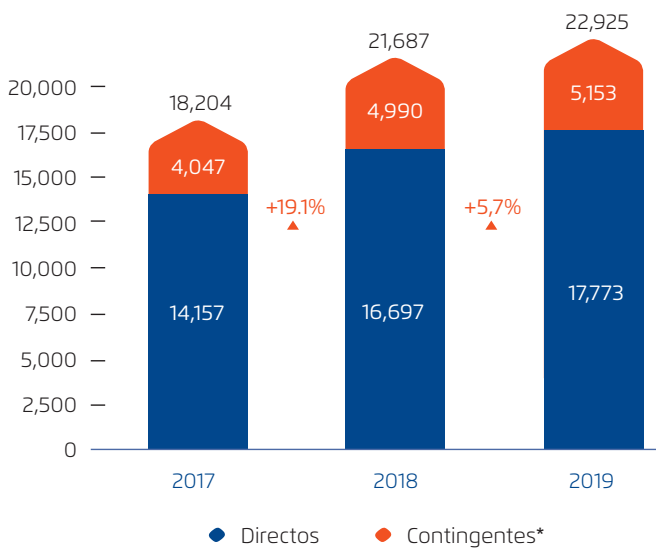
- » El BCP fue el primer banco en el Perú en recibir letras electrónicas como parte de su servicio de Cobranza Libre, a través del trabajo conjunto entre nuestro cliente Menorca Inversiones y nuestro stakeholder CAVALI.
- » En *Factoring*, logramos un récord histórico en la colocación promedio, superando los S/ 1,800 millones en diciembre de 2019. Asimismo, adaptamos nuestros procesos operativos de Factoring para realizar pilotos adaptados a las necesidades de los clientes.
- » Durante el 2019, negociamos más de 328 mil facturas, siendo también un récord histórico, tanto en número de documentos como en monto negociado, esto gracias a un importante crecimiento en los segmentos Banca Empresa, Banca de Negocio y, principalmente, en Banca PYME. Como hito, podemos mencionar que en PYME se lograron implementar líneas revolventes, pues anteriormente se trabajaba de forma puntual.

¹ Incluye pago de servicios, disposición de efectivo, pago de tarjeta visa, pago de letras, pago de CTS, pago de Haberes, pago a proveedores y transferencias a Terceros).

Banca empresa e institucional

La banca obtuvo un buen desempeño durante el 2019, a pesar de un entorno cada vez más competitivo. Nuestras colocaciones, medidas en saldos promedios diarios, fueron S/ 17,773 millones (+6.4%) y nuestros créditos contingentes promedio llegaron a S/ 5,153 millones. Este año, las colocaciones directas en soles representaron el 47% del total.

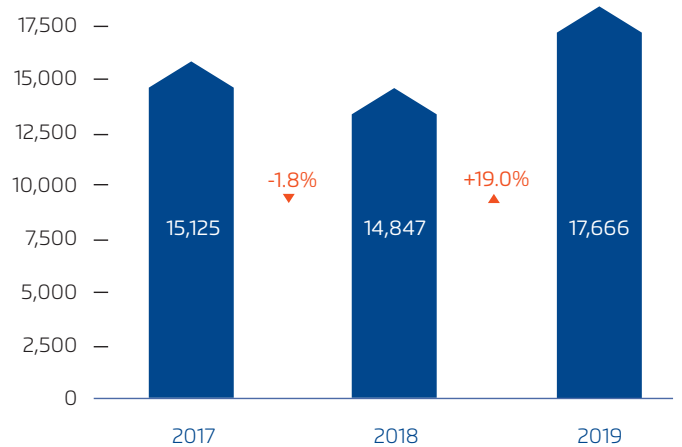
Colocaciones totales (S/ millones)



* Colocaciones indirectas (e.g. cartas fianzas, cartas de crédito de importación, cartas de crédito de exportación y stand-by).

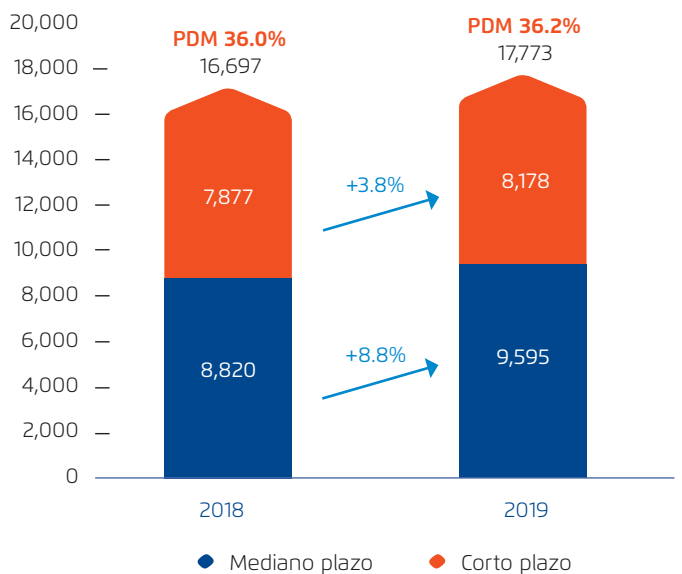
En el caso de los depósitos, el promedio de saldos registró un incremento de 19% durante el 2019, pasando de un volumen promedio de S/ 14,847 millones en el 2018 a S/ 17,666 millones en el 2019.

Dépósitos (Promedio Anual) (S/ millones)



Respecto a las colocaciones directas, nos mantuvimos como líderes en el sistema bancario nacional, con una participación de 36.5% al cierre de diciembre del 2019, frente a 37.1% registrado al cierre de diciembre del 2018. Pese al entorno competitivo, logramos crecer cerrando el año con un ratio de rentabilidad ajustada por riesgo (RARORAC) de 29.8%.¹

Colocaciones directas (Promedio Anual) (S/ millones)



PDM: Participación de Mercado.

Fuente: BCP – Gerencia Central de Planeamiento y Finanzas.

¹ RARORAC: (Utilidad neta acumulada – provisiones antes de IR – pérdida esperada antes de IR) / Capital Económico.

Banca Minorista

El crecimiento de los últimos años se ha basado en lograr un mayor nivel de vinculación y fidelidad con nuestros más de 8 millones de clientes.

Por eso, nuestra estrategia de construir relaciones de largo plazo con los clientes se basa en cuatro pilares principales:

1 Diseñar productos según las necesidades de los distintos segmentos de clientes y definir la manera más adecuada para distribuirlos.

2 Poner al servicio de los clientes la mejor red de distribución para brindarles un alto nivel de conveniencia.

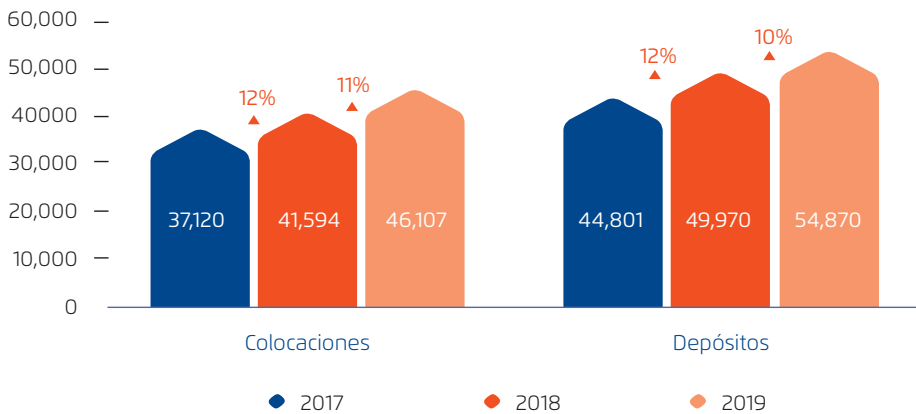
4 Apalancar nuestro negocio en una mayor inteligencia comercial.

3 Establecer precios en función del riesgo.

En el 2019, la Banca Minorista representó 48.5% de las colocaciones y 59.3% de los depósitos de BCP Individual. De esta manera, las colocaciones promedio fueron

S/ 46,107 millones (+11%) mientras que los depósitos promedio aumentaron 10% con relación al 2018, llegando a S/ 54,870 millones para este año.

Colocaciones y Depósitos¹ (S/ millones)



¹ Saldos promedio al cierre de diciembre. Las colocaciones no incluyen colocaciones indirectas. Se trata de colocaciones y depósitos de BCP Perú + SE y son directamente gestionadas por la Banca Minorista.

Segmento consumo

El segmento está compuesto por clientes con ingresos mensuales menores a S/ 5,000. Al cierre del 2019 contó con 7.7 millones de clientes, 13% más que lo registrado en el 2018. El segmento creció 22% en colocaciones y 9% en depósitos, en saldos promedios, con respecto al año anterior.

Los clientes Consumo tuvieron en promedio 1.44 familias de productos, siendo el principal producto la cuenta de ahorro (78% de los clientes), seguido por la CTS (20% de los clientes). A su vez, la satisfacción de clientes Consumo alcanzó un Top-2-Box (T2B) de 47%, en comparación al 35% obtenido el año anterior. Esta mejora se debió principalmente a las acciones realizadas para mejorar el servicio ofrecido y el acceso al crédito.

Segmento Banca Exclusiva (BEX)

El segmento cerró el año con 363,000 clientes cuyos ingresos brutos mensuales son mayores a S/ 5,000 y menores a S/ 20,000. El grueso de estos clientes se gestionó en dos modelos de atención: (i) los clientes con perfil transaccional físico, los cuales se atendieron de manera presencial con Ejecutivos de Negocios ubicados en la mayoría de las agencias a nivel nacional (25,000 clientes), y (ii) los clientes con perfil transaccional digital, los cuales se atendieron de manera remota desde Lima, con Ejecutivos de Negocio Digitales ubicados en 21 Agencias Digitales (245,000 clientes).

En el 2019, terminamos el despliegue del modelo de atención remoto y totalizamos 247 Ejecutivos de Negocio Digitales, quienes atienden todas las necesidades de adquisición de productos, transacciones y operaciones de servicio de nuestros clientes BEX con perfil digital. Estos ejecutivos son clave en la entrega de la propuesta de valor, en cuanto a personalización y despliegue de canales alternativos de atención, como Whatsapp.

De esta manera, cerramos el 2019 con un crecimiento importante en colocaciones de 6.3% y una caída en depósitos de 2.8%, en comparación al 2018. La reducción de los depósitos se originó fundamentalmente por la reasignación de clientes desde BEX hacia Enalta. Además, obtuvimos mejoras en la vinculación con nuestros clientes, ya que el 74% de los clientes tenía 2 o más familias de productos activos y/o pasivos. Esto representa una mejora de 4 puntos porcentuales frente al cierre del 2018.

En cuanto a la satisfacción con el BCP, cerramos el año con un récord histórico de 48%, el T2B más alto de los últimos 2 años. Gracias a estos resultados, el BCP se mantuvo como líder durante todo el año.

Enalta

El segmento Enalta incluye clientes con ingresos mayores a S/ 20,000 o clientes con perfil de inversión cuyos pasivos sean mayores a US\$ 200 mil. En el 2019, el segmento contó con aproximadamente 28,000 clientes titulares y 15,000 secundarios. Todos estos clientes se atendieron en nuestras 12 agencias: 11 de ellas ubicadas en Lima y 1 en Arequipa.

Cerramos el 2019 con crecimientos importantes en colocaciones de 15% y en depósitos de 13%, respecto al 2018. En cuanto a la satisfacción con el BCP, crecimos a 74% de T2B (70% en el 2018) y reducimos el B2B a 8% (9% en el 2018). Como en años anteriores, mantuvimos una distancia importante de más de 3,000 pbs frente a la competencia.

Segmento Banca Pyme

El segmento Pyme está compuesto por clientes con deudas de hasta S/ 1.2 millones en el sistema financiero o con ventas anuales de hasta S/ 5.6 millones. La banca cuenta con 671 mil clientes, 9% mayor al cierre del 2018.

Además, tuvimos un crecimiento en saldo de activos de 11%* respecto al año anterior. Por el lado de los pasivos, los depósitos en Pyme crecieron en 18%*.

Segmento Banca de Negocios

El segmento Banca de Negocios está compuesto por clientes con deudas desde más de S/ 1.2 millones hasta S/ 10 millones en el sistema financiero, o con ventas anuales desde S/ 5.6 millones hasta S/ 32 millones. La banca cuenta con 11,270 clientes directamente gestionados por el equipo comercial. Los principales sectores económicos atendidos son: Comercio con un 47%, Inmobiliario y Transportes con un 17% e Industria Manufacturera con un 13%. Además, en provincias se concentra el 31% de nuestro total de clientes.

Cerramos el 2019 con crecimientos importantes en colocaciones de 6.0%* y en depósitos de 13.6%*, a pesar de la caída de las colocaciones del sistema financiero en -2.6%* (S/ -417MM) en este segmento. Nuestra participación de mercado de colocaciones directas mejoró sustancialmente en el 2019 (367 pbs), alcanzando un nivel récord de 35.2% sin deteriorar nuestros indicadores de riesgo de crédito. Cabe mencionar que, con estos resultados, ocupamos la primera posición en el mercado y nos encontramos 434 pbs por encima del segundo competidor.

Asimismo, la Satisfacción de Banca de Negocios ha mostrado una evolución positiva durante todo el año, pasando de 75% a 86% T2B. Este indicador mantiene al BCP como líder en satisfacción en el segmento.



Banca Pyme

La Satisfacción de Banca Pyme mostró una evolución positiva durante todo el año, pasando de 49% a 61% T2B. Este indicador dejó al BCP como líder en satisfacción en el segmento.

(*) Resultados medidos de enero 19 a diciembre 19, excluyendo el efecto de Re-Segmentación con otras bancas.

Productos



Tarjeta de Crédito

En el 2019, crecimos 10% en saldos vigentes, finalizando el año con más de S/ 5,500 millones de saldo administrado, lo cual resulta en una participación de mercado de 21.7% y un parque de más de 900 mil tarjetas. Crecimos 16% en la facturación en compras (físicas y comercio electrónico), apalancados en nuestra estrategia de gestionar el producto como un medio de pago, fomentando el uso cotidiano y reduciendo el uso del efectivo. Adicionalmente, continuamos mejorando los niveles de entrega de tarjetas nuevas y fomentando el consumo dentro de los primeros 60 días. Además, centramos el foco en captar clientes con buen perfil crediticio para mejorar la rentabilidad. En el plano digital, el 14% de las ventas se dan a través de nuestra plataforma digital y esperamos que incremente su participación de manera relevante. Asimismo, lanzamos nuevas funcionalidades de servicing en banca móvil para mejorar la experiencia de los clientes.



Créditos Personales

Durante el año, continuamos gozando de un portafolio de créditos personales con un excelente mix de riesgo. Con relación al 2018, nuestra venta de créditos creció en 24% y nuestro portafolio lo hizo en 20%. Por otro lado, seguimos con nuestra estrategia de digitalización, lo que nos permitió atender a más clientes con una oferta a la medida de sus necesidades, ofreciendo una experiencia WOW y logrando que el 65% de los créditos sean originados digitalmente. Adicionalmente, empezamos a originar créditos personales a través de nuestra red de cajeros automáticos, lo que complementó nuestra oferta multicanal. Los productos Adelanto de Sueldo y Créditos con Garantía Hipotecaria continuaron su buen desempeño y mantuvieron su contribución a la rentabilidad de los créditos personales.



Créditos Vehiculares

En el 2019, la venta de autos ligeros aumentó 2% respecto al 2018, una situación opuesta al año anterior en donde disminuyó 14% frente al 2017. La caída del 2018 se debió principalmente al incremento del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), que hizo incrementar el precio de los vehículos en un 12%, y a la falta de eventos promocionales de las instituciones financieras y de la Asociación Automotriz del Perú. Por otra parte, este año las Empresas Financieras y Edpymes incrementaron su participación en el Sistema Financiero, ofreciendo servicios de financiamiento a segmentos que anteriormente no eran atendidos.

Sin embargo, a pesar del ligero crecimiento en el sector, el BCP reforzó su liderazgo incrementando el volumen de ventas en un 55% respecto al 2018. Gracias a esto, mejoró su participación de mercado de 25.8% en el 2018 a 28.0% en el 2019. Este crecimiento estuvo acompañado por una disminución en la morosidad del portafolio, la cual alcanzó niveles mínimos históricos de 1.3%.



Créditos Hipotecarios

El portafolio de créditos hipotecarios creció 12.5% frente al 2018, lo que significó un fuerte incremento en comparación al promedio de mercado (8.7%). Eso nos permitió continuar expandiendo nuestro liderazgo en el mercado y alcanzamos una participación de 32.7% al cierre del 2019, incrementando 100 pbs sobre lo registrado en el 2018. Este crecimiento sostenido ha sido posible gracias a nuestra participación en la venta de créditos nuevos de 37.1% y a las fugas controladas, las cuales se encuentran debajo del 10% respecto a lo colocado en ventas.



Ahorros e Inversión

En ahorros, mantuvimos el liderazgo con una participación de mercado del 40.8%, más del doble de la participación del competidor más cercano. El mercado creció 9% y cerró el año con 74.1 mil millones de soles. Durante el 2019, las cuentas de ahorros del BCP se renovaron, cambiándolas por 3 nuevas cuentas que buscan mejorar la experiencia de nuestros clientes con sus productos de ahorros. Ello ha generado un incremento de 17% en el número de aperturas, con respecto al 2018. Asimismo, los canales de autoservicio (Kioskos y ViaBCP) concentraron el 45% de las nuevas aperturas.

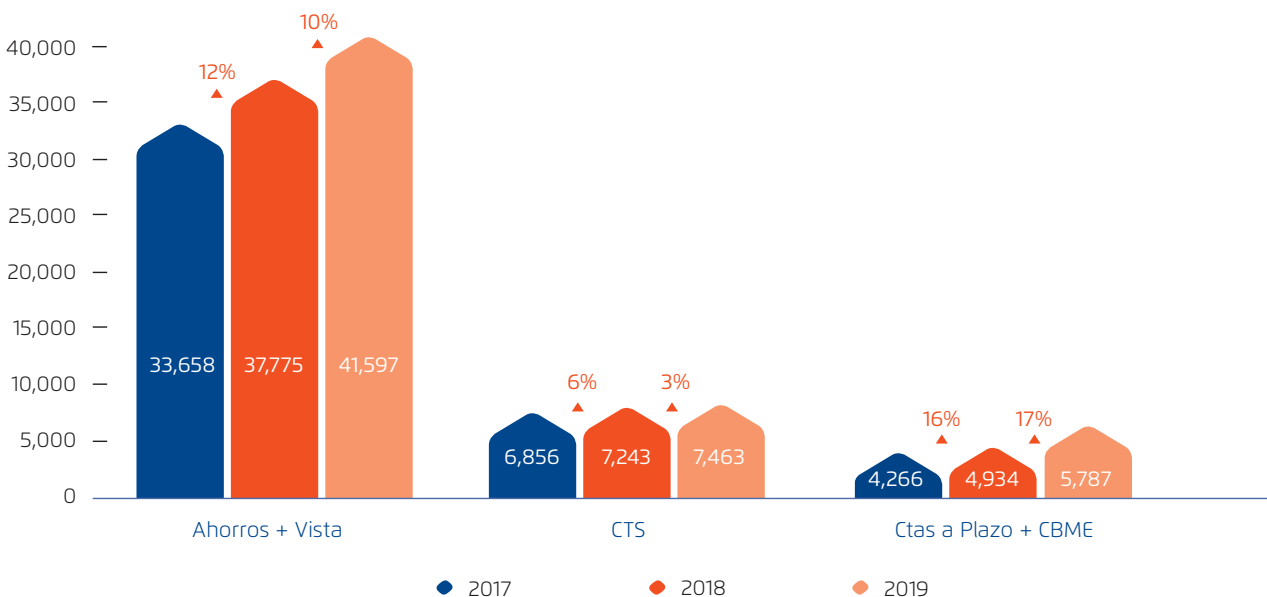
En fondos mutuos mantenemos el primer lugar del sistema con una participación del 44.7%, en un mercado que creció 15% y que representó más de S/ 28 mil millones. Finalmente, en depósitos a plazo, nos mantuvimos en el primer lugar logrando una participación del 10.9% en un mercado que creció 12% y que representó S/ 46 mil millones. Al cierre de diciembre de 2019, el número de aperturas de depósitos a plazo a través de nuestro canal Banca Móvil concentraron el 37% del total de aperturas.



Tarjeta de Débito

Durante el 2019, logramos nuevamente un crecimiento muy por encima del crecimiento del mercado (+35%), obteniendo un crecimiento de 24% en la facturación de compras. Además, logramos mantener el liderazgo con una participación de 49.4% (+113 pbs respecto al 2018) y superamos los S/ 13,000 millones en compras presenciales y en comercio electrónico. Este aumento se explica básicamente por el incremento del número de personas que usan la tarjeta como medio de pago (+30%), y nos ubica por primera vez por encima de los 2 MM de tarjetas activas. Por otro lado, se observa una caída del ticket promedio mensual en -5.5%, como consecuencia de transacciones en giros más cotidianos y de la penetración de los nuevos comercios Inapps (transacciones digitales). Estas transacciones digitales tienen un crecimiento interanual 4 veces mayor que las transacciones físicas y BCP lidera el mercado con 57% de participación.

Depósitos (S/ millones)



Fuente: BCP – Planeamiento y Finanzas.



Seguros

El crecimiento de 26% en utilidad consolidada del negocio se debió al incremento de 9% en el número de pólizas y 12% de las primas, en comparación al 2018. Lo anterior se produjo gracias al crecimiento de 64% en ventas de Seguro Múltiple y a la incursión en 3 nuevos canales de venta: Digital, Enalta y BEX Digital. Además, el lanzamiento de 2 nuevos productos para el segmento Enalta (Rentaflex y Seguro Vehicular) apoyó la expansión. Asimismo, se optimizó la gestión de reclamos durante el año, pasando de un ratio promedio de 3.6% a 2.9% (reclamos entre ventas). Finalmente, como parte del escalamiento de la agilidad, se aprobó la creación de la primera tribu corporativa de Credicorp para el negocio de Banca Seguros, conformada por miembros de BCP y Pacífico.



Cambios

Cerramos el año con un aumento del volumen de 16% respecto al año anterior. Esto se debió principalmente a crecimientos importantes en los segmentos Pyme, Banca Exclusiva y Consumo (16%, 23% y 17%) que concentraron el 79% del crecimiento de toda la Banca Minorista. Este crecimiento responde a las iniciativas de penetración que viene desplegando el BCP en segmentos donde aún existe una necesidad no atendida, siendo el segmento Pyme el de mayor crecimiento nominal, y que permitió que alcancemos US\$ 400 MM adicionales negociados durante el año 2019.

Canales de atención



Agencias

El 2019 cerró el año con 409 agencias, 4% menos agencias que en el 2018. La disminución se encuentra en línea con la estrategia de optimización de los canales de atención, y va acorde a las preferencias de nuestros clientes hacia el mayor uso de canales digitales y la creación del canal BEX Digital. Estas iniciativas nos permiten continuar incrementando la productividad y mejorar el indicador de eficiencia de la Banca Minorista.

Adicionalmente, durante el 2019, se continuó trabajando en múltiples iniciativas enfocadas en aumentar la satisfacción de nuestros clientes, logrando alcanzar un top-2-box en nuestras ventanillas y asesores de ventas en agencias a un nivel de 75%. Además, a través de una nueva metodología comercial, se logró incrementar la productividad de los asesores de venta en 14%.

Asimismo, se trabajó en desarrollar y desplegar nuevos formatos de atención y fomentar nuevos roles en las agencias. De esta manera, se implementaron 24 agencias con formato hub & spoke (con ello, el total asciende a 59) y una agencia café.



Centro de contacto

En el 2019, este canal recibió 15% más consultas *versus* el año anterior, con más de 3 millones de llamadas mensuales. El canal estuvo enfocado en mejorar la experiencia del cliente, logrando mantenerse como líder en satisfacción al cliente en comparación a los centros de contactos de otros bancos, con un top-2-box de 76% al cierre del año.

En el frente comercial, Telemarketing cerró la operación tercerizada y creció con la operación *inhouse*. Además, mejoró la productividad comercial en la venta de tarjetas de manera importante, logrando más de 70% de ventas *versus* el año anterior. Este canal representó el 31% de la venta de tarjetas de crédito del BCP.

En el plano tecnológico, en el 2019 se empezó la implementación de la nueva plataforma tecnológica del Centro de Contacto, la cual impulsará la transformación digital de este canal. Se implementaron *bots* para automatizar procesos internos de atención y se habilitó la tecnología para tener un *chatbot* en el canal Whatsapp. La operación se reorganizó creando una línea especializada para consultas sobre canales digitales y consolidando el rol del asesor *multiskill*, el cual ahora puede resolver todo tipo de consulta sin necesidad de derivar la llamada a otra línea. En octubre se inauguró una moderna sede en Lima para 550 posiciones aproximadamente.



Cajeros automáticos

Al cierre del ejercicio 2019 se contó con 2,294 cajeros automáticos. Con el objetivo de seguir brindando facilidades a los clientes y apoyar la migración a canales autoservicio, se continuó con la ampliación de la red con cajeros multifuncionales, llegando a un total de 461, de los cuales 186 son cajeros recicladores.

Por otro lado, las transacciones monetarias del 2019 se incrementaron en 8% respecto al 2018, mientras que el total de transacciones tuvieron un crecimiento anual del 5%.



Plataformas Digitales (Kioskos)

Al cierre del 2019, 369 agencias del banco contaron con una o más Plataformas Digitales que atienden, las 24 horas del día, operaciones como vista de saldos y movimientos, vista de tasas y tarifas, aperturas de cuentas de ahorro y recojo y reposición de tarjetas de débito.

Al cierre del año se tienen 709 Plataformas Digitales que hicieron un total de 22.5 millones de transacciones. Como impacto, se ayudó a 3.9 millones de peruanos a abrir sus cuentas y/o recoger sus tarjetas de débito en una plataforma autoservicio digital, teniendo en promedio 900 mil visitas únicas mensuales.

En el 2019, se comenzó la renovación tecnológica del hardware de todo el parque de Plataformas Digitales. Con el apoyo de este nuevo hardware se espera mejorar la experiencia de los clientes en todos los segmentos atendidos. A cierre de año se llegaron a renovar 170 plataformas digitales.



Agentes BCP

En línea con su compromiso con la bancarización de todos los segmentos socioeconómicos, el BCP desarrolla y ofrece productos y servicios adecuados a las necesidades de sectores que antes carecían de acceso a estas prestaciones. Así, el Banco ha formado una alianza comercial con negocios minoristas denominados Agentes BCP, quienes brindan atención a clientes y no clientes de todos los sectores económicos, sobre todo clientes con menos acceso a canales digitales. Las operaciones bancarias se realizan en locales como bodegas, farmacias, librerías y locutorios, entre otros rubros. Al cierre del año 2019 existían 7,187 Agentes BCP en todo el Perú que hicieron un total de 327.7 millones de transacciones.

Durante el 2019, se realizaron capacitaciones a los Agentes BCP en temas relacionados a la operativa del agente y también sobre temas relacionados a su negocio principal como atención al cliente, ventas, marketing, entre otros. Se llegó a capacitar a 135 socios agentes (Piura y Cusco). Asimismo, se habilitó una plataforma e-learning que tiene un alcance de 2,500 socios agentes donde reciben material audiovisual y escrito con información que le permitirá mejorar sus habilidades en atención al cliente, ventas, marketing, entre otros.



Banca por internet

En el 2019 se renovó la experiencia de usuario de nuestros clientes con el lanzamiento de un nuevo *Front*. Esto ha generado una mayor interacción de nuestros clientes con el canal, pasando de 208 a 218 millones de transacciones anuales. Asimismo, la plataforma es utilizada por 885 mil clientes al mes, cuyas transacciones mueven un total de S/ 33,064 millones anuales.



Banca móvil

Banca Móvil es el principal canal transaccional del banco al representar, en el 2019, el 43% del total de sus transacciones (monetarias y no monetarias). La aplicación es utilizada por 2.4 millones de clientes únicos cada mes (cifra que muestra un crecimiento de 74% frente al 2018) que han transado S/ 76,913 millones en el 2019 (109% más que en el 2018). A la fecha, 2 millones de clientes de la banca móvil poseen *Token Digital*, producto que explica en gran medida el crecimiento transaccional en el canal.

A partir de octubre del 2019 los clientes pueden también activar y desactivar las compras en el exterior desde la banca móvil. Esto ha generado que, hacia fin de año, mejoremos la experiencia de control de tarjetas a 80 mil clientes, acumulando 110 mil interacciones.

En el 2019 la aplicación ganó, por sexto año consecutivo, el premio a Mejor Aplicación para Operaciones Bancarias en la XVIII Encuesta Anual de Ejecutivos realizada por la CCL.



Chatbot Arturito BCP

En el 2019, más de 250 mil usuarios comenzaron una conversación con Arturito BCP en Facebook Messenger, alcanzando cerca de 2 millones de operaciones en el año.

En el 2020, el *chatbot* del BCP tendrá un relanzamiento, renovándose completamente.



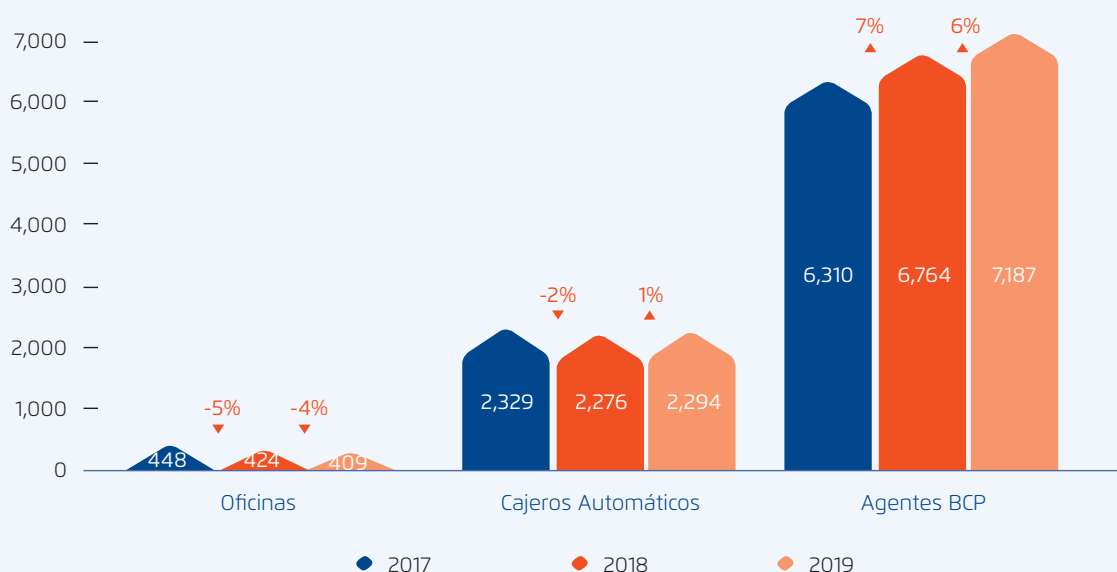
Canal de Atención en Redes Sociales

En el 2019, el equipo de Redes Sociales no solo continuó con la moderación de las cuentas oficiales del BCP (Facebook y Twitter), sino que también asumió el reto de moderar la cuenta de Yape, tanto de Facebook como de Instagram. Además, se orientó a un pequeño piloto del equipo de Soluciones de Pago. Todo lo anterior demandó un crecimiento en el equipo, que ahora asciende a 13 *community manager*. Con este nuevo encargo, el equipo continúa posicionándose como la mejor alternativa de comunicación para todos nuestros clientes digitales, especialmente para los que están en el exterior.

En la cuenta de BCP, se atendieron a 27 mil clientes cada mes, ayudándolos, de inicio a fin, con sus consultas, quejas o reclamos, en el mismo punto de contacto. En la cuenta de Yape, se logró atender a más de 3 mil clientes cada mes, logrando que la familia Yape siga creciendo en redes sociales.

A pesar de las coyunturas que tuvimos durante el año, se ha logrado sobrepasar la meta de satisfacción y alcanzar un 95% de T2B.

Red de distribución - BCP individual (Número de unidades)




Tesorería

Optimizamos la gestión de balance

El 2019 fue un año de importantes logros en la gestión del balance. Aplicamos con éxito estrategias que contribuyeron de manera relevante con el margen financiero e indicadores de rentabilidad.

Dentro de las acciones destacadas están:

	<ul style="list-style-type: none">» Conservamos niveles de liquidez adecuados gracias a la gestión proactiva del fondeo. Además, continuamos desarrollando el mercado de repos interbancarios ampliando y diversificando contrapartes.
	<ul style="list-style-type: none">» Mantuvimos un buen desempeño del margen financiero por la estrategia de inversiones implementada en el <i>Banking Book</i> y la estrategia de fondeo de largo plazo.
	<ul style="list-style-type: none">» Dentro de las operaciones de fondeo realizadas, resaltamos el reperfilamiento de deuda de dos bonos con vencimiento en el 2020, ejecutado exitosamente en el tercer trimestre del año. Estas operaciones lograron reducir el costo de fondos del Banco y lograr un calce eficiente del balance tanto en MN como en ME.
	<ul style="list-style-type: none">» Mantuvimos sólidos indicadores de solvencia, llevando el Common Equity Tier 1 a 12.35 %, al cierre de 2019.




Llevamos el Common Equity Tier 1 a 12.35 %, al cierre de 2019, gracias a nuestros sólidos indicadores de solvencia.

Diversificamos el portafolio de inversiones

Continuamos manteniendo un portafolio de inversiones diversificado, priorizando la calidad crediticia y liquidez de los instrumentos.

Continuamos diversificando el portafolio de inversiones ampliándolo en los mercados donde participamos.

	» Durante el año 2019, la estrategia de inversiones continuó enfocada en deuda de gobierno e instrumentos del Banco Central en moneda nacional, manteniendo niveles adecuados de activos líquidos y buena calidad crediticia.
	» Asimismo, participamos en la estrategia de re-perfilamiento de deuda ejecutada por el gobierno peruano en dos oportunidades durante el año.

Además, en el contexto económico de riesgo de recesión de la economía americana y de bajo crecimiento económico mundial, por el conflicto comercial entre China y EE.UU., las tasas en dólares bajaron, dado que los inversionistas tomaron posición en papeles del Tesoro ("risk free").

En esta coyuntura, no se renovaron las inversiones en moneda extranjera que vencieron durante el año, sino que nos enfocamos principalmente en inversiones en moneda nacional.




Participamos en dos oportunidades en la estrategia de re-perfilamiento de deuda ejecutada por el gobierno peruano durante el año.


Mejoramos el perfil de vencimiento de deuda mediante re-perfilamiento

Continuamos buscando oportunidades de mercado que reduzcan el costo de fondeo y mejoren el perfil de


vencimiento de deuda, optimizando el calce en el balance tanto en MN como en ME.

	<p>» Durante el año 2019, realizamos el re-perfilamiento de dos bonos internacionales con vencimiento en el 2020, uno en MN (Soles) y uno en ME (US\$). Para efectos de esta operación se realizaron dos emisiones, una en cada moneda.</p>
	<p>» La emisión de soles fue por S/ 2,500 millones a 5 años, a una tasa de 4.65%, siendo esta la emisión internacional en soles más grande emitida por un corporativo peruano. Es importante resaltar que la demanda fue de 1.8x y que el 59% fue de inversionistas extranjeros. Parte de este bono reemplazó el 80% del bono Global (Soles) de S/ 2,000 millones con cupón de 4.85%.</p>
	<p>» La emisión de dólares fue por US\$ 700 millones a 5.3 años, a una tasa de 2.70%, siendo este el menor cupón obtenido por un corporativo peruano a más de 5 años. La demanda de este bono fue de 3.0x, siendo la asignación final un 81% para inversionistas extranjeros. Parte de este bono reemplazó el 53% del bono internacional de US\$ 800 millones con cupón de 5.375%.</p>

Mantenemos nuestro liderazgo en la distribución de productos de la Tesorería a clientes

	<p>» En el 2019, mantuvimos nuestro liderazgo en la venta de productos Spot a clientes, a través del uso intensivo de la inteligencia comercial y de la mejora continua de nuestros procesos. Contamos con la mesa de distribución más importante del mercado peruano, compuesta por los mejores asesores de la industria. Durante el año, realizamos importantes mejoras en el negocio de operaciones de cambio de moneda a través de nuestra red de agencias, diferentes plataformas de negociación y nos encontramos trabajando en diversos proyectos relacionados con nuestros canales digitales en línea con brindar a nuestros clientes una experiencia WOW!.</p>
	<p>» Somos <i>market makers</i> en el mercado de Spot y Forwards USDPEN, lo que nos permite ofrecer precios competitivos a nuestros clientes locales y extranjeros, así como administrar nuestros portafolios, considerando el apetito de riesgo y los límites internos y regulatorios.</p>

Somos socios de nuestros clientes en el manejo estratégico de su balance

	<p>» A través de nuestros productos derivados, hemos acompañado a nuestros clientes en sus necesidades de cobertura y fondeo.</p>
	<p>» La flexibilidad de nuestros productos y la experiencia de nuestro equipo de funcionarios han permitido atender necesidades de cobertura tanto de monedas como de tasa de nuestros clientes, incluso aquellas necesidades de cobertura de gran complejidad en mercados de baja liquidez.</p>
	<p>» En el 2019, se reorganizó la estructura de las mesas de Trading, migrando de una gestión por productos hacia una gestión por tipo de riesgo.</p>
	<p>» El uso de libros propios de derivados, sujetos a límites regulatorios e internos, nos han permitido ser competitivos en términos de precios, brindando importantes beneficios a nuestros clientes.</p>
	<p>» Contamos con un equipo especializado que estructura productos y soluciones integrales con la finalidad de cubrir los riesgos financieros y reducir los costos financieros de nuestros clientes.</p>

Yape

Yape es un aplicativo para hacer transferencias y realizar pagos a través de un teléfono móvil. Cada usuario de Yape puede recibir transferencias y pagos a sus cuentas, las cuales están vinculadas con un número telefónico o con un código QR único. Su propósito es reemplazar el uso de efectivo en las transacciones diarias, recurrentes y de montos menores por transferencias y pagos digitales. Por ejemplo, se puede utilizar para comprar una gaseosa, pagar por un menú, usar un taxi, entre otros. De este modo, Yape no busca competir con el resto de los bancos o sus respectivas aplicaciones, sino con la moneda de 5 soles y el billete de 20 soles.

Yape permite a los usuarios realizar pagos de forma simplificada, más rápida y segura, únicamente identificando el nombre del destinatario de una lista de contactos o leyendo el código QR del usuario. Con estas características, Yape atrae a 130,000 usuarios mensualmente, de los cuales 40,000 representan nuevos clientes para BCP. Un nuevo usuario de Yape tiene el doble de probabilidades de adquirir más productos BCP y de recibir clientes potenciales que un usuario que no es de Yape.

Historia

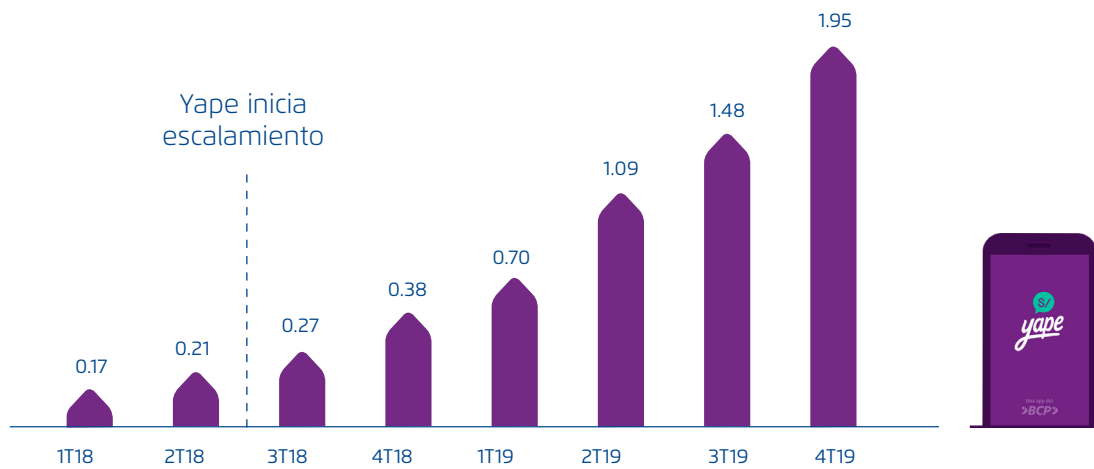
Yape se creó a finales del 2016 como un emprendimiento dentro del CIX (Centro de InnovaCXión del BCP) destinado únicamente a clientes del BCP con la finalidad de simplificar pagos entre usuarios del banco. Entre el 2017 - 2018, Yape desplegó estrategias para conseguir más afiliados e incrementar el número de clientes del banco, ya que para ser usuario de Yape se necesita una cuenta en el BCP. La estrategia de Yape para el periodo 2019-2021 es dominar el ecosistema de pagos digitales peruano, creando una relación entre personas, pequeños comercios y negocios, y cadenas *retail* de consumo masivo y cotidiano. El objetivo es lograr que cada persona que quiera realizar un pago recurrente, de monto menor, tenga a Yape como una opción.

De esta manera, en el 2019, Yape creó dos grandes ecosistemas que se retroalimentan entre sí, por un lado, el P2P (*Peer to Peer*), donde cada vez más personas realizan transferencias a través de su celular. Por otro lado, el P2M (*Peer to Merchant*), en el cual cada vez más negocios pequeños aceptan Yape como medio de pago, ya sea con el QR de Yape o el de Visa, lo que genera que más personas y negocios quieran usarlo.

Evolución de clientes

Al cierre del 2019, llegamos a aproximadamente 2 millones de usuarios, de los cuales más del 30% lo utilizan al menos una vez en los últimos 30 días. De estos, más de 100,000 usuarios son pequeños negocios y más de 15,000 son taxistas. El ritmo de crecimiento es de 7 mil nuevas descargas diarias y queremos llegar a las 10 mil descargas diarias para alcanzar nuestra meta de los 5 millones de Yaperos a finales del 2020.

Yaperos (en millones de usuarios)



Generación de valor

Al día de hoy, Yape genera valor al BCP de 5 maneras: (i) data transaccional de clientes, donde antes hacían esas operaciones en efectivo, por lo tanto no se podía obtener ninguna data, (ii) se mantienen los saldos pasivos en las cuentas del BCP por más tiempo, pues la gente retira menos efectivo de los ATMs, reduciendo el número de retiros y logrando que el dinero permanezca en cuentas del banco, (iii) menores costos de recarga de los ATMs, (iv) nuevos clientes para el BCP, pues hoy en día muchas personas y negocios abren su cuenta en el BCP

para poder utilizar Yape (se apertura aproximadamente 40 mil cuentas nuevas al mes por Yape), y (v) mayor digitalización de clientes, cuyo costo de servicio es menor. De igual manera, mediante el uso de Yape, también se incrementa el uso de otros medios y canales electrónicos del BCP; se utiliza más la tarjeta de débito y la tarjeta de crédito, y se realizan mayores ventas de productos, lo que genera menores costos y mayores ingresos.

Desarrollo y Soporte a los Negocios



Transformación BCP WOW!

La Transformación es una de las iniciativas estratégicas más importantes del BCP, con un amplio alcance que involucra a diferentes equipos de la organización.

La iniciativa nació luego de un análisis exhaustivo para entender cómo la digitalización puede cambiar el negocio y el modelo operativo del BCP. De esta manera, se determinó que la digitalización va más allá de actualizaciones de TI y sistemas, y que la creación de productos y canales digitales. Por este motivo, en el 2015, se creó el Centro de InnovaCXion.

Durante el 2016, se incorporaron al programa los equipos de TI, Experiencia al Cliente, Data y Analítica, y se desarrollaron MVPs (*Minimum Viable Products*). Por ejemplo, una plataforma para la apertura de cuentas en agencias, una plataforma web para la venta de créditos personales y un aplicativo móvil, Yape, para realizar transferencias de dinero entre cuentas usando números de teléfono.

Hacia el año 2017, se decidió incorporar la iniciativa de Transformación Cultural, donde se unieron al programa los equipos de Riesgo Digital, Digital Operations, Modelo de Distribución y Gobierno. En este año, se lanzó el primer producto digital para la Banca Mayorista, Carta Fianza Digital, el cual obtuvo un nivel de satisfacción del 90% entre los clientes.

En el 2018, se definió una estrategia adicional con el objetivo de convertirnos en el banco líder en satisfacción al cliente en Perú y el banco más eficiente en la región para el año 2021. Por ello, durante el 2019, la Transformación mantuvo su enfoque en los 10 frentes iniciados en años anteriores, buscando contribuir a estos dos grandes objetivos.

En línea con esto, durante el año hemos trabajado en el desarrollo de habilitadores y puntos de contacto existentes, para brindar a nuestros clientes una experiencia diferenciada. Los habilitadores, y sus logros, se segmentan en los siguientes 3 grupos:

Ciberseguridad

Hemos trabajado en la conciencia del riesgo hacia los colaboradores y en el desarrollo de una cultura de prevención, orientada a la mitigación de riesgos. Asimismo, hemos avanzado en el fortalecimiento de nuestros sistemas de control, monitoreo y seguridad, y en robustecer nuestra práctica de desarrollo de software y uso de datos.

Tecnología, Data y Ops

Hemos logrado poner a disposición de nuestros clientes más funcionalidades, mejoras y disponibilidades. Esto se evidencia con una reducción del 46% en los tiempos promedio de los pases a producción, a pesar del aumento de 40% en el número de pases a producción respecto al año anterior. Asimismo, el número de incidentes masivos se ha reducido en más del 15% en comparación al 2018 y más de 30% desde el 2017.

Además, estamos utilizando analítica avanzada para detectar oportunidades de optimización y generación de ingresos adicionales. De esta manera, hemos desplegado un Centro de Excelencia de analítica avanzada para poder extender esta capacidad y ser más efectivos en la incorporación de la data para la toma de decisiones de los diferentes equipos.

Las aplicaciones desarrolladas por los laboratorios de data, ParaTi y Manyar, alcanzaron los 500 mil usuarios, lo que nos permite tener mejores datos de contacto e información más actualizada de nuestros clientes y no clientes. Sobre este último punto, al cierre del 2019 cerramos el año con un incremento de 37% de ofertas pre aprobadas para productos de crédito.

A nivel de operaciones hemos abierto el canal de Whatsapp del BCP para abrir cuentas de ahorro y una nueva plataforma *chatbot* denominada "Clara" para

servir e informar a nuestros clientes. Adicionalmente, hemos puesto en producción soluciones de RPA (*Robotic Process Automation*) y hemos mejorado procesos en equipos de postventa, lo que va a generarnos ahorros por optimización y permitirnos brindar una experiencia más ágil y efectiva a nuestros clientes.

Agilidad y ser más Clientecéntricos

Durante el año hemos diseñado 16 Tribus y 3 Centros de Excelencia, muchos de los cuales ya se encuentran operando. Con esta forma de organización buscamos mayor flexibilidad y agilidad para llevar valor a los clientes, maximizando la productividad de forma eficiente.

Desde el Centro de InnovaCXion también venimos trabajando en brindar soluciones centradas en el cliente. Al cierre del 2019 tenemos 4 laboratorios en producción, los cuales consisten en: una solución de pago de comercios a proveedores, un ecosistema inmobiliario, apertura de cuentas por Whatsapp y una plataforma para cambio de moneda.

Por otro lado, además de trabajar en habilitadores, nos hemos enfocado en impactar en el ciclo de vida de un cliente típico. Para esto, hemos identificado cinco etapas claves donde la Transformación ha trabajado, logrando obtener resultados que impactan cómo el cliente experimenta nuestra marca, nuestros servicios y nuestros productos.

La primera etapa consiste en que el cliente nos considere como una opción cuando requiera de algún servicio bancario. Para lograrlo, hemos trabajado en distintos *journeys* de clientes: 5 de servicios y 2 de productos. De esta forma, hemos logrado mejorar significativamente la experiencia de nuestros clientes, incrementando los niveles de satisfacción *top to box* en el segmento consumo en 34% respecto al 2018, logrando que nuestros clientes nos reconozcan como el banco #1 en experiencia del cliente.

La segunda etapa consiste en estar presentes durante el proceso de investigación y elección del cliente. Esto nos ha llevado a reforzar nuestra presencia en canales digitales para brindar toda la información necesaria de manera clara y transparente. Trabajamos en la publicidad digital de los productos y servicios que tenemos digitalizados y en la optimización de las búsquedas de los productos, lo que nos ha llevado a crecer en 30% el número de visitas a la web del banco respecto al 2018.

La tercera etapa son los requerimientos que tenemos como banco para que los clientes puedan realizar sus operaciones con nosotros. En este punto tenemos dos momentos: cuando es un nuevo cliente y cuando es un cliente recurrente. Por un lado, para nuevos clientes trabajamos en la pre aprobación de la PEA, cuyos niveles de cobertura al cierre del 2019 se han incrementado en 37% respecto al cierre del 2018.

Por otro lado, cuando se trata de un cliente recurrente, ponemos a disposición distintos canales digitales para que realice operaciones. Entre estos canales, contamos con Yape, una app para realizar transferencias usando el número de celular o códigos QR, que ha multiplicado por 4 su base de usuarios en el último año, llegando casi a los 2 millones en el 2019. También están los canales digitales del banco: Banca Móvil y Banca por Internet. Estos han crecido casi en 50% su base de usuarios en el último año, mientras que el número de clientes con token digital se ha más que triplicado en el último año. El token es un requisito para poder hacer transferencias monetarias en las aplicaciones del banco, por lo que la rápida adopción del token digital nos permite incrementar el número de transacciones de los canales digitales, los cuales antes se realizaban a través de canales tradicionales, lo que las hace más costo-eficientes y seguros.

La cuarta etapa es el proceso de contratación de productos. Hemos impulsado los canales digitales para contratación de productos con la ayuda de una estrategia de marketing digital. Esta estrategia, junto con una mayor oferta de productos, nos ha permitido más que duplicar el número de unidades vendidas a través de canales digitales respecto al 2018, siendo estos canales los responsables del 19% del total de unidades vendidas en el mes de diciembre.

Finalmente, la quinta etapa es el paso de nuestros clientes hacia el mundo digital. Hemos ampliado las funcionalidades de nuestros canales digitales por el lado del servicio y la disponibilidad de nuevos productos. También hemos invertido considerablemente en educar a nuestros clientes en los beneficios de ser más digitales desde nuestras agencias. Esto nos ha permitido aumentar en más de 50% el número de clientes digitales respecto al cierre del 2018 y pasar a tener un ratio de clientes digitales de 40% contra el 30% del cierre del año anterior. Al 2019, más de 8 millones de peruanos eligen transformar sus planes en realidad con el BCP.

Reclamos

En el 2019, continuamos con la transformación de nuestro proceso de servicio post venta, con el objetivo de convertirlo en una competencia de impacto positivo y relevante en la experiencia del cliente.

Pusimos nuestro enfoque en la calidad de la atención de los reclamos en el primer contacto, mejorando la satisfacción en primer contacto de 65% a 72%. El volumen de atención de reclamos en el primer contacto decreció de 44% a 37%, y la satisfacción general de todo el proceso de reclamos se mantuvo en promedio en 54% durante el año.

En el 2020, buscamos extender los niveles de calidad logrados en la atención de primer contacto a un mayor número de clientes. Nuestro objetivo es habilitar a los canales de atención con la capacidad de resolver solicitudes de post venta en tiempo real.

Gestión y Transformación de Procesos

Durante el 2019 la unidad de Gestión y Transformación de Procesos ha puesto en producción varias herramientas de automatización con tecnologías RPA (*Robotic Process Automation*), junto con mejoras y rediseño de procesos. Entre otras, se desplegó una herramienta para la automatización de la gestión de excepciones en la Banca Negocios, donde se utilizaron varios *bots* para aliviar la carga operativa durante llamadas en el Centro de Contacto, y una solución para multiplicar la capacidad de procesamiento en la unidad de atención de reclamos (Servicios Postventa).

Con el equipo de Flash Tables se terminó con éxito el compromiso inicial de retar 500 procedimientos internos en +30 productos/canales, logrando mejorar substancialmente la experiencia del cliente a través de la eliminación de requisitos y consultas innecesarias, logrando reducir el tiempo de ciclo y de errores.

Otro hito importante ha sido la habilitación del nuevo canal oficial *Whatsapp Corporate* BCP (número 993-119-898), y el desarrollo de la nueva plataforma *chatbot* para atender a las consultas de forma automatizada. La solución está en prueba con un grupo acotado de usuarios iniciales; se planifica el lanzamiento masivo para marzo 2020.

Compras

Buscando maximizar el valor de nuestras contrataciones, logramos incrementar en 44% el impacto económico de nuestros acuerdos en el 2019. De esta manera, se obtuvo un ahorro de S/ 189MM, para ello, firmamos contratos de corto, mediano y largo plazo por un valor de S/ 2,734 MM.

Riesgos

Cambios en la Gerencia Central de Riesgos

Durante el 2019, la División de Soluciones de Pago, cuya misión es gestionar las recuperaciones de la Banca Minorista, y el Área de Seguridad Corporativa y Crimen Cibernético, cuya misión es gestionar el fraude y velar por la seguridad de los colaboradores, clientes, productos y activos de la organización, se incorporaron a la Gerencia Central de Riesgos, provenientes de la División de Administración y Procesos.

Transformación de riesgos

En el marco de nuestra transformación digital, nace la necesidad de transformar también uno de nuestros componentes más relevantes: la gestión de riesgos. Dicha gestión es pieza clave para alcanzar nuestros objetivos de largo plazo, pues permite que nuestros productos y servicios crezcan de manera segura y estable, controlando los diversos riesgos que puedan surgir en el camino.

Durante el 2019, continuamos trabajando en mesas ágiles con los objetivos de incrementar la preaprobación de créditos de consumo y PYME, y de construir un nuevo estimador de ingresos que nos permita conocer mejor la capacidad de pago de nuestros clientes. Por otro lado, continuamos avanzando en la gestión de los riesgos propios de la digitalización, poniendo especial énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de nuestras capacidades de ciberseguridad.

Apetito por riesgo y cultura

APETITO POR RIESGO

El apetito por riesgo se define como el monto y tipo de riesgo que podemos y estamos dispuestos a asumir en la consecución de nuestros objetivos de negocio, al mismo tiempo que establece las máximas desviaciones que estamos dispuestos a tolerar.

En tal sentido, el Directorio aprueba anualmente el marco de apetito por riesgo, el cual está conformado por la declaración de apetito, el tablero de métricas y límites, y el esquema de gobierno. Con ello, se define el perfil de riesgo deseado para la organización, el mismo que se manifiesta a través de cinco pilares: (i) solvencia, (ii) liquidez, (iii) beneficio y crecimiento, (iv) estabilidad de resultados, y (v) estructura de balance.

El seguimiento del marco de apetito por riesgo está a cargo del Comité de Riesgos BCP. Además, cabe resaltar que el esquema de gobierno ha sido diseñado de tal manera que las unidades de negocio son las principales responsables de gestionar los riesgos inherentes a los activos que administran. Si alguna métrica sobrepasa el límite establecido, la unidad de negocio es responsable de diseñar estrategias y planes de acción correctivos que permitan regresar a los niveles de tolerancia aprobados.

Actualmente, contamos con tableros de apetito tanto para el BCP a nivel agregado como para las principales unidades de negocio: Banca Mayorista (consolidado y abierto para Banca Corporativa y Banca Empresa), Banca Minorista y Tesorería. Adicionalmente, tenemos tableros para los siguientes productos activos minoristas: Tarjeta de Crédito, Crédito Efectivo, Hipotecario, PYME y Banca de Negocios.

Durante el 2019, actualizamos los indicadores asociados al riesgo de ciberseguridad e incorporamos un indicador que permite medir, monitorear y gestionar el riesgo de continuidad del negocio. Además, se aprobaron declaraciones cualitativas de apetito por riesgo, las cuales buscan complementar el tablero de métricas en aquellos riesgos donde no disponemos de indicadores cuantitativos maduros.

CULTURA DE RIESGOS

Con el objetivo de consolidar una cultura de riesgos alineada con las mejores prácticas de la industria, durante el 2019 desplegamos diversos programas de formación y capacitación.

Por el lado de la Banca Mayorista, continuamos con la Certificación Básica de Riesgos, donde, adicionalmente a la modalidad presencial, se transmitieron en vivo las sesiones a través de Workplace¹ para que la capacitación llegue simultáneamente a los colaboradores ubicados fuera de Lima. Además, continuamos con el Programa de Inducción al Analista de Créditos, el cual busca reducir la curva de aprendizaje de los nuevos colaboradores, y con el Programa Descubre Créditos, cuyo objetivo es culturizar en gestión de riesgos a otras unidades dentro del Banco. Adicionalmente, iniciamos el Programa *Trainee* Clientes Empresariales, el cual busca captar y retener al mejor talento universitario mediante un esquema de inducción y rotación, que involucra desempeñar funciones en las principales unidades de negocios y riesgos de la Banca Mayorista.

Por el lado de la Banca Minorista, mantuvimos la Certificación de Riesgos Minoristas y el Programa de Inducción a Riesgos Banca Minorista, el cual busca, al igual que en la Banca Mayorista, reducir la curva de aprendizaje de los nuevos colaboradores.

Por el lado de riesgos no financieros, desplegamos talleres presenciales, dirigidos a los gestores de riesgos no financieros de las diferentes unidades del Banco, y cursos virtuales, dirigidos a todos los colaboradores de la organización. Con ello, buscamos desarrollar las capacidades necesarias para la gestión de los riesgos no financieros y para la aplicación de planes de continuidad del negocio. Adicionalmente, realizamos el XI Congreso de Riesgo Operativo Credicorp, al cual asistieron los principales líderes de la corporación.

Por el lado de ciberseguridad², brindamos capacitaciones presenciales de todas las dimensiones de ciberseguridad al Comité de Gestión BCP y a las Tribus de Data, CRM³, Banca Seguros y Canales Alternativos. Asimismo, desplegamos el Curso Virtual de Seguridad de la Información a todos los colaboradores del Banco, el cual busca brindar las bases para el adecuado tratamiento de los activos de información.

¹ Plataforma virtual de comunicación interna desarrollada por Facebook.

² Data, identity and access, network, software & apps, cloud, endpoint, threat intelligence, security analytics & orchestration, risk management, awareness.

³ Customer relationship management.

Adicionalmente, a través de la plataforma virtual Wombat, desplegamos el Curso de Ciberseguridad, el cual profundizó en temas como ingeniería social, seguridad de dispositivos móviles, protección y destrucción de datos, contraseñas seguras, seguridad fuera de la oficina, entre otros. Por último, es importante resaltar que contamos con un programa de concientización dirigido a toda la organización, el cual consiste en enviar, regularmente, correos masivos que simulan intentos de phishing.

Finalmente, desplegamos el Programa *Trainee Data Scientist*, dirigido a captar y retener a los mejores estudiantes de carreras afines, quienes rotan por las principales unidades de modelación y riesgo de modelo para luego recibir una oferta laboral en función de su desempeño.

Gobierno de la gestión de riesgos

La Gerencia Central de Riesgos tiene la misión de coordinar la implementación de un marco de gestión para los distintos riesgos a los que estamos expuestos, en línea con las mejores prácticas de la industria y dentro de los niveles de tolerancia aprobados por el Directorio.

En tal sentido, y con el fin de formalizar y descentralizar las decisiones vinculadas a la gestión de riesgos, hemos constituido el Comité de Riesgos BCP, el cual representa al Directorio en la toma de decisiones para la gestión de riesgos.

Con el fin de lograr una gestión efectiva, el Comité de Riesgos BCP se apoya en los siguientes comités:

- » Comité de Créditos BCP.
- » Comité de Riesgo de Crédito No Minorista BCP.
- » Comité de Riesgo de Crédito Minorista BCP.
- » Comité de Riesgo de Tesorería y ALM¹ BCP.
- » Comité de Riesgo de Modelo BCP.
- » Comité de Riesgos No Financieros BCP.
- » Comité de Riesgos Tecnológicos BCP.

Riesgo de crédito

PROCESO CREDITICIO

Admisión

Durante el 2019, en la Banca Mayorista, continuamos con el despliegue del nuevo proceso de evaluación y aprobación de líneas de crédito, logrando su implementación en toda la División de Banca Empresa. Este nuevo proceso busca, sin incrementar el riesgo asumido, (i) elevar la satisfacción y mejorar la experiencia de nuestros clientes en el proceso de revisión de sus líneas y (ii) mejorar la eficiencia mediante la automatización de ciertas tareas.

En la Banca Minorista, en el segmento PYME, lanzamos créditos digitales y establecimos una estrategia que nos permita incrementar el número de clientes en el segmento de hasta S/ 300,000 de posición deudora.

En el segmento Personas, seguimos avanzando con dos mesas ágiles. La primera, enfocada en el desarrollo de modelos de admisión de créditos, que tuvo como fruto la obtención de 2 millones de nuevos clientes preaprobados; y la segunda, orientada a la construcción de herramientas para estimar con mayor precisión el ingreso y, por consiguiente, la capacidad de pago de nuestros clientes.

Finalmente, en ambos segmentos, Personas y PYME, calibramos las herramientas de riesgo, la segmentación de riesgo y el marco de gestión de clientes sobreendeudados.

Seguimiento y recuperación

El proceso de seguimiento busca mantener una adecuada calidad de cartera, identificando mediante un sistema de alarmas preventivas los cambios en el riesgo de nuestros clientes, con el fin de asignar niveles de deterioro crediticio e implementar acciones correctivas específicas para cada caso.

Durante el 2019, en la Banca Mayorista, consolidamos el esquema de gobierno para la gestión del deterioro, el cual potencia la detección, el diagnóstico y el tratamiento de los clientes susceptibles de deterioro crediticio. Además, tuvimos nuestros primeros avances en el marco de la metodología de trabajo ágil y, en paralelo, iniciamos un proceso de transformación con base en cuatro pilares: (i) cultura, (ii) imagen, (iii) procesos y (iv) capacitación.

¹ Asset and liability management.

Por otro lado, en la División de Soluciones de Pago de la Banca Minorista, contamos con un proceso de recuperación alineado con las mejores prácticas de la industria, el cual tiene como objetivo ofrecer al cliente una asesoría oportuna durante todo el proceso de cobranza. Nuestros resultados contribuyen con la reducción de provisiones y, las ventas de cartera castigada y judicial que hemos realizado a inversionistas nacionales e internacionales, aportan en la mejora del ratio de cartera deteriorada. También es importante resaltar que nos encontramos trabajando en soluciones de pago digitales, modernas, eficientes y efectivas, que les permitan a nuestros clientes vivir una excelente experiencia. Un ejemplo es el piloto de la Web de Soluciones de Pago, la cual permite a nuestros clientes autogestionar su deuda de manera online las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

MODELOS Y METODOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO DE CRÉDITO

La utilización de modelos estadísticos es parte fundamental de nuestra gestión del riesgo de crédito. Por ello, contamos con herramientas tecnológicas y estándares documentados que orientan la construcción y el monitoreo de estos.

Durante el 2019, atendimos las principales necesidades establecidas en el plan director y en el gobierno de modelos en cuanto a la construcción de nuevos modelos y la calibración de los ya existentes. Con ello, aseguramos la adecuada salud y el adecuado nivel de cobertura del mapa de modelos del Banco, en línea con el apetito por riesgo aprobado. Esto incluyó mejoras en los modelos de calificación y estimación de parámetros, así como su despliegue en la gestión, tanto en la Banca Mayorista como en la Banca Minorista.

Adicionalmente, realizamos el seguimiento de los modelos internos de cálculo de pérdida esperada según NIIF 9¹, y realizamos calibraciones de los parámetros input. Además, logramos avances en I+D+i² en materia de analítica avanzada, incluyendo la actualización de los estándares para modelos de *machine learning*, lo cual implicó el despliegue del esquema de modelación, seguimiento, interpretabilidad y validación específico para este tipo de modelos. Por último, continuamos explorando nuevas fuentes de información mediante distintos canales.

Riesgo de mercado

Separamos la exposición al riesgo de mercado en dos grupos: aquellas exposiciones que surgen de la fluctuación del valor de los portafolios de inversiones para negociación (*Trading Book*) y las que surgen de los cambios en las posiciones estructurales de los portafolios que no son de negociación (*Banking Book*).

En el *Trading Book*, realizamos la revisión integral de límites y del apetito por riesgo de la cartera de negociación. Además, llevamos a cabo la revisión integral del requerimiento de patrimonio efectivo por riesgo de mercado, con el objetivo de mejorar el proceso de cálculo y velar por el cumplimiento de la norma regulatoria. Por otro lado, logramos configurar en nuestros aplicativos la generación de las curvas de valorización de yenes y euros, mejoras en la curva de valorización de dólares y cálculos automáticos de DV01³. Adicionalmente, implementamos el cálculo del CVaR⁴ bajo exigencia regulatoria.

En el *Banking Book*, realizamos la revisión y modificación de los límites de apetito por riesgo de ALM. Por otro lado, culminamos la etapa de planificación para la contratación de una plataforma estratégica para la gestión del riesgo de ALM y liquidez. Adicionalmente, actualizamos los modelos conductuales de Crédito Efectivo, CTS⁵ e Hipotecario.

Riesgo de operación

Durante el 2019, continuamos nuestro proceso de preparación para solicitar la autorización para el cálculo de capital regulatorio por riesgo operativo mediante el Método Estándar Alternativo (ASA), la cual tiene vigencia hasta el 30 de junio de 2020.

Además, fuimos aceptados como miembros del *Operational Riskdata Exchange* (ORX), la asociación global más importante en riesgo operacional, junto con otros 98 bancos y empresas de seguros. Esto nos permitirá acceder a valiosa información compartida por estas entidades, como data de sus eventos operacionales, *benchmark* de gestión y participación en grupos de investigación.

¹ Norma internacional de información financiera.

² Investigación, desarrollo e innovación.

³ Dollar duration.

⁴ Conditional value at risk.

⁵ Compensación por tiempo de servicio.

Por otro lado, realizamos la actualización de la criticidad y priorización de los productos y servicios del Banco a través del proceso de Análisis de Impacto en el Negocio (BIA), considerando la medición de los impactos actualizados por el negocio ante un escenario de interrupción de sus recursos críticos, los nuevos requerimientos regulatorios y las nuevas mejores prácticas de la industria. Este análisis servirá para actualizar sus estrategias de respuesta ante escenarios de interrupción durante el 2020.

Por último, culminamos la implementación del nuevo gobierno de contingencia tecnológica, el cual permitirá mejorar la gestión de los procesos de continuidad en la unidad de tecnología de información, considerando los lineamientos y metodologías del marco de continuidad del negocio (ISO 27031).

Cálculo de provisiones NIIF 9

La NIIF 9 entró en vigor el 1 de enero de 2018, introduciendo un nuevo modelo de deterioro sobre la base de las pérdidas crediticias esperadas de los activos (créditos e inversiones) que se contabilizan a costo amortizado y a valor razonable con cambios en otros resultados integrales. Esta norma difiere significativamente de su normativa predecesora, la NIC 39¹, la cual se basaba en la estimación de pérdidas crediticias incurridas.

Basamos la estimación de la pérdida crediticia NIIF 9 en el producto de los siguientes parámetros: (i) probabilidad de incumplimiento (PD), (ii) pérdida dado el incumplimiento (LGD) y (iii) exposición al momento del incumplimiento (EAD), descontado al periodo de reporte, usando la tasa de interés efectiva o una aproximación de esta. Adicionalmente, tomamos en consideración información sobre las condiciones actuales, así como las proyecciones de eventos y condiciones macroeconómicas futuras en tres escenarios (base, optimista y pesimista), que se ponderan para obtener la pérdida esperada.

Durante el 2019, estimamos mensualmente la pérdida esperada de todos los portafolios del Banco. Además, avanzamos con el 80% del desarrollo de la herramienta estratégica NIIF 9, la cual reemplazará a la actual herramienta táctica de cálculo de provisiones, y que nos permitirá contar con una mayor velocidad de ejecución y simulación en distintos escenarios. Adicionalmente, concluimos con el diseño del esquema de seguimiento de modelos, el cual entrará en vigor durante el 2020. Finalmente, llevamos a cabo una serie de validaciones, tanto metodológicas como de procedimientos, realizadas por el Área de Administración de Riesgo de Modelo, Auditoría Interna y Auditoría Externa, con el objetivo de garantizar la adecuada estimación de las provisiones.

Ciberseguridad

Con el objetivo de contar con una estructura robusta de ciberseguridad, hemos establecido un modelo de tres líneas de defensa: (i) la primera, ubicada en Tecnologías de la Información (TI), donde se implementan los controles necesarios para proteger nuestra información, (ii) la segunda, ubicada en Riesgos, donde se definen la estrategia y las políticas con base en estándares internacionales, y (iii) la tercera, ubicada en Auditoría, donde se supervisa la correcta implementación de los controles.

Durante el 2019, fortalecimos la primera línea de defensa, aumentando la capacidad operativa de la Gerencia de Seguridad de TI, permitiendo que los controles de seguridad se cumplan durante todo el ciclo de vida del software. Además, creamos lineamientos, estándares, normas y procesos de seguridad, con el objetivo de alinear la implementación de los controles con la estrategia definida en las políticas generadas por la segunda línea de defensa. Adicionalmente, culminamos proyectos de seguridad que permiten la prevención, detección y respuesta ante incidentes.

Con respecto a la segunda línea de defensa, creamos y desplegamos todas las políticas de ciberseguridad. Para asegurar su cumplimiento, continuamos creando mapas de controles que permiten tener una visibilidad integral del nivel actual y esperado de la organización.

¹ Norma internacional de contabilidad.

Además, iniciamos la estrategia de definición, identificación y control de datos críticos, y reforzamos el gobierno de indicadores de ciberseguridad, mejorando los procesos que mantienen los indicadores en los umbrales aceptables. Asimismo, con la finalidad de tomar decisiones basadas en riesgos y enfocar nuestros esfuerzos en las estrategias más costo-eficientes, hemos decidido implementar la metodología *Factor Analysis of Information Risk* (FAIR) como método para la identificación, cuantificación, agregación y priorización del riesgo de ciberseguridad. Durante el 2020 trabajaremos junto a la consultora RiskLens en dicha implementación. Por último, contratamos una consultoría a cargo de Ernst & Young, la cual nos permitió identificar los puntos clave a mejorar en la gestión ante incidentes de ciberseguridad.

Finalmente, la tercera línea de defensa ha establecido un marco de evaluación basado en el *Cybersecurity Framework* del National Institute of Standards and Technology (NIST), mediante el cual se evalúa la efectividad de los controles y el gobierno de ciberseguridad establecidos por la primera y la segunda línea de defensa.

Administración del riesgo de modelo

Durante el 2019, construimos e implementamos el software táctico de riesgo de modelo (módulo inventario y módulo seguimiento de proyectos), cuyo principal objetivo es brindar una visión consolidada e integral de todos los modelos que mantiene el BCP. Además, trabajamos en el desarrollo, la implementación y la gestión de estándares en todo el ciclo de vida de los modelos de riesgo de crédito, así como en la definición de intensidades de validación para estos modelos. Por último, creamos el tablero operativo de métricas de riesgo de modelo BCP.

De cara al siguiente año, tenemos planeado migrar el software táctico de riesgo de modelo hacia una versión estratégica, además de empezar con la cuantificación del riesgo de modelo bajo un enfoque de pérdida esperada y utilidad.

Gestión del fraude y seguridad

El desarrollo tecnológico y, especialmente, el nuevo entorno de transformación digital, impulsó las siguientes siete iniciativas estratégicas para el 2019: (i) Nuevo modelo de Monitoreo Transaccional basado en Inteligencia Artificial, *Machine Learning* y *Deep Learning*, (ii) Sistema inteligente de comunicación bidireccional con los clientes que operan nuestros canales físicos y digitales, (iii) Creación de la Unidad de Ciberinteligencia, que aplica tecnología de vanguardia, (iv) Incorporación de nuevos perfiles profesionales con capacidad para manejar las nuevas tecnologías implementadas, (v) Formación del Comité Corporativo de Fraudes y Seguridad para las empresas de Credicorp, orientado a implementar un modelo de gestión principalmente preventivo y a desarrollar talento especializado en la materia, (vi) Establecimiento de relaciones estratégicas con instituciones que previenen el Crimen Cibernético a nivel global y especialmente en América, Europa y Asia y (vii) Proyecto de video inteligencia por comportamiento.

A nivel gremial, bajo el marco del desarrollo de lineamientos para las Instituciones Financieras que conforman la Asociación de Bancos, se lideró el Comité Estratégico de Seguridad Integral de ASBANC. El fin era mitigar los riesgos propios de la nueva era digital de manera colegiada.

Finalmente, en el mes de octubre, participamos como coautores junto a la OEA y a la Asobancaria de Colombia, en el lanzamiento del Libro "Desafíos del Riesgo Cibernético en el Sector Financiero para América Latina". Cabe resaltar que este es el primer libro sobre ciberseguridad del Sistema Financiero Colombiano y Latinoamericano, y el objetivo de BCP fue hacer un aporte tangible a la formación de conocimiento y contribuir a la cultura de prevención a favor de los usuarios y la sociedad en general.

Control Interno

Enfocados en nuestra misión, durante el 2019 evaluamos la eficacia y eficiencia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno del BCP, con el objetivo de mejorar y proteger el valor de la corporación proporcionando aseguramiento, asesoría y análisis basados en riesgos. Este año, continuamos trabajando con énfasis en temas de Analítica de Datos, Ciberseguridad y estamos impulsando la implementación de una Metodología Ágil en Auditoría. Este impulso es además compartido con varios de los principales bancos de la región.

Para ello, formulamos el Plan Anual de Auditoría utilizando la metodología de Auditoría Basada en Riesgos, la cual se encuentra alineada a las Normas del Instituto de Auditoría Interna (IIA Global) y fue aprobada por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP.

Entre las actividades más resaltantes del 2019, destacamos las siguientes:

- » Se efectuó una evaluación interna, en cumplimiento con la Norma 1311 del Instituto de Auditores Internos Global (IIA por sus siglas en inglés) por noveno año consecutivo, el resultado fue "Cumple Generalmente" (máxima calificación posible según el IIA) como resultado del Programa de Aseguramiento y Mejora de la Calidad. Esto evidencia que la función de Auditoría Interna cumple con las Normas Internacionales para la Práctica Profesional, los Principios Fundamentales y el Código de Ética del IIA.
- » El Índice de Satisfacción de Auditado (ISA), que recoge la opinión de nuestros clientes auditados después de cada trabajo, logró un resultado de 4.32 sobre 5, por encima de la meta de 4.0, lo cual evidencia el alto valor percibido por la labor de Auditoría Interna BCP.
- » En el 2019 el Auditor Corporativo asumió la Presidencia del *Financial Services Guidance Committe* del IIA Global, cuya misión es dirigir estratégicamente el desarrollo del Marco Internacional para la Práctica Profesional de Auditoría Interna (IPPF por sus siglas en inglés) para apoyar en el avance de la práctica profesional de auditoría en la industria de los servicios financieros a nivel global, identificando, priorizando, poniendo en marcha y, en última instancia, aprobando guías específicamente orientadas a las necesidades especiales de los auditores internos que prestan servicios a la industria de servicios financieros.

- » En el marco del impulso a la Auditoría Ágil, se presentó en el Congreso Latinoamericano de Auditoría Interna de la FLAI, realizado en Paraguay, el documento "Agilidad en Auditoría Interna: Bancos en Latinoamérica", co-producido por la unidad de auditoría del banco.
- » En línea con las mejores prácticas internacionales de empresas del sector financiero, se continuó aplicando el *Cybersecurity Assessment Tool (CAT)* del *Federal Financial Institutions Examination Council (FFIEC)* de los Estados Unidos. Asimismo, contamos con un Sistema de Monitoreo Continuo, que tiene por finalidad la generación de alertas para los procesos claves, planear auditorías en base a riesgos y visualizar gráficamente los hallazgos relevantes.
- » Cumplimos con nuestro Plan Anual de Auditoría basado en Riesgos, emitiendo 174 informes de Auditoría, los cuales incluyen los trabajos que los auditores de BCP realizan en su rol corporativo. La disminución de trabajos en Perú se debe a una cobertura distinta a las agencias del banco, utilizando alternativamente métodos de analítica de datos y auditoría continua para el monitoreo y controles.

Número de informes emitidos¹

	2017	2018	2019
BCP Perú	185	153	132
BCP Bolivia	4	2	1
BCP Miami	6	6	6
Mibanco	1	1	1
Otras empresas de Credicorp	33	42	34
Total	229	204	174

¹ El número de informes por año ha sido ajustado a la cantidad de unidades auditadas.

- » La UAI está conformada por un equipo especializado y multidisciplinario. Al finalizar el 2019, el 99% del personal de la División de Auditoría cuenta con al menos una carrera profesional culminada y el 44.94% cuenta con grado académico de Magister / Máster / MBA. De los 89 auditores de la División de Auditoría de BCP, 40 han finalizado estudios de maestría, y cuentan con 64 certificaciones internacionales por parte de instituciones mundialmente reconocidas tales como el IIA, ISACA, FIBA, entre otros.

Cumplimiento

Tenemos un Sistema Corporativo de Cumplimiento, basado en estándares internacionales, el cual nos permite proteger la reputación del Banco al desarrollar procedimientos que aseguren el cumplimiento de las exigencias regulatorias y mantener negocios responsables con el fin de ofrecer a nuestros clientes un respaldo legal y reputacional. Dentro de nuestro sistema, contamos con los siguientes programas implementados: Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo (PLAFT), Control de Listas Internacionales, Transparencia Fiscal, Cumplimiento Normativo, Ética y Conducta, Anticorrupción, Prevención y Detección del Abuso de Mercado, Estabilidad Financiera, Protección de Datos Personales, Seguridad y Salud en el Trabajo y Conducta de Mercado.

Durante el año 2019, realizamos las siguientes acciones:



PLAFT

- Consolidamos las metodologías ágiles implementadas en el año 2018, y continuamos con la ejecución permanente de mejoras a nuestros procesos y controles internos sobre conocimiento del cliente, registro de operaciones, proveedores, contrapartes e investigaciones. Asimismo, implementamos nuevos controles para mitigar riesgos emergentes y actualizamos las evaluaciones de los factores de riesgo a los que estamos expuestos, desde el punto de vista de lavado de activos. Por el lado del **Programa de Control de Listas Internacionales**, reforzamos los lineamientos corporativos para operar o rechazar operaciones con países restringidos y considerados de alto riesgo.



Transparencia Fiscal

- Gestionamos los programas de Intercambio de Información Tributaria de las regulaciones FATCA y CRS en todas las empresas financieras de Credicorp. A finales de 2018, con la publicación del Decreto Supremo N° 256-2018-EF, entró en vigencia la regulación CRS (Estándar Común de Reporte) que forma parte de los requisitos del "Programa País" para que la OECD otorgue el estatus de *full member* al Perú. Esta regulación exige que todas las entidades financieras recopilen información de la Residencia Fiscal de los clientes a partir del 2019. En ese sentido, desplegamos todas las actividades relacionadas a las Fases I y II de CRS. Para la Fase I, asociada a la solicitud de una Declaración de Residencia Fiscal a nuestros clientes nuevos, implementamos controles en todos los canales de vinculación (contamos con 17 canales, incluyendo los presenciales y no presenciales), a través de los cuales nuestros clientes pueden contratar productos pasivos. Para la implementación de la Fase II, asociada a la revisión de los clientes de alto valor del stock, realizamos acciones a través de nuestra Banca Privada y Enalta; y desplegamos el 100% de solicitudes de Residencia Fiscal al grupo objetivo de esta fase dentro del plazo establecido por el regulador de la administración tributaria (SUNAT). En el 2020, continuaremos con las acciones para la implementación de la Fase III, asociada al envío del reporte CRS a SUNAT, y la Fase IV, asociada a la revisión de otros grupos de clientes naturales y todos los clientes jurídicos del *stock* al cierre del 2020.



Cumplimiento Normativo

- Mejoramos nuestros procesos para acercarnos más al negocio y apoyar en la correcta implementación de sus normas. También, se redefinieron los procesos para implementar normas nuevas que mejoren la categorización para minimizar riesgos, y el proceso de revisión de normas existentes, que afine la selección de las normas o procesos a revisar, tomando en cuenta el impacto en el negocio y en nuestros clientes. En el 2020, continuaremos con el acompañamiento a los usuarios responsables de las normas, para asegurar el cumplimiento de toda la normativa aplicable.



Ética y Conducta

Fortalecimos los lineamientos corporativos que establecen el estándar de integridad, transparencia y ética en el BCP. Asimismo, con el objetivo de fomentar la cultura de “*Speak-Up*” en las personas, hemos desplegado distintas acciones con las cuales logramos incrementar en 20% la cantidad de denuncias anuales por posibles incumplimientos a nivel corporativo. Es importante mencionar que, logramos desplegar talleres de sensibilización a diferentes unidades de la organización para que interioricen la importancia de los lineamientos y estar alertas frente a posibles incumplimientos para proteger nuestra reputación corporativa.



Anticorrupción

- Reforzamos el modelo de prevención a través de las pautas y los lineamientos que deben cumplir todos los colaboradores a fin de disminuir el potencial riesgo de corrupción y/o soborno. A su vez, implementamos diferentes acciones y eventos, que fueron alineados según lo dispuesto por la regulación local y extranjera vigente. En ese sentido, durante este periodo, generamos lineamientos, metodologías, normas y políticas que permitieron cerrar las brechas del modelo de prevención anticorrupción que teníamos a inicios del 2019 *versus* lo que el estándar ISO 37001 (Sistema de Gestión Antisoborno) indicaba en su norma. También identificamos, evaluamos y valoramos los riesgos de corrupción a los cuales están expuestos nuestros colaboradores, directores o terceros, al relacionarse con distintos grupos de interés. Asimismo, ejecutamos capacitaciones virtuales para todos los colaboradores, y capacitaciones presenciales específicas para los colaboradores de unidades de riesgo, Alta Gerencia y Directorio, a fin de robustecer nuestra cultura de tolerancia cero a la corrupción y/o soborno. Por otro lado, decidimos iniciar el proceso de certificación ISO 37001 en tres procesos de alto riesgo del BCP, por lo cual, realizamos mejoras a dichos procesos a través de evaluación de riesgos específicos, identificación de controles actuales y propuesta e implementación de nuevos controles. Monitoreamos los procesos más riesgosos para validar el cumplimiento de los lineamientos y controles establecidos en las políticas y procedimientos. Finalmente, actualizamos nuestra política corporativa anticorrupción en aspectos como regalos, gestión de intereses, contribuciones políticas y compromisos de clientes.



Prevención y Detección del Abuso de Mercado

- Fortalecimos y simplificamos los lineamientos corporativos para facilitar la sensibilización de las personas sobre el uso indebido de información privilegiada y manipulación de mercados. De la misma manera, logramos implementar lineamientos y controles para mitigar efectivamente riesgos de conflictos de interés que podían surgir en los negocios de inversión y/o de asesoría financiera.



Protección de Datos Personales (PDP)

- Actualizamos la cláusula de protección de datos personales, la cual es puesta a disposición de nuestros clientes con el objetivo de alinearla a las últimas disposiciones regulatorias y hacerla más cliente céntrica. A mediados del 2019, implementamos un *checkbox* dentro del aplicativo empleado por la DCA para la creación de clientes y actualización de datos, que permitió automatizar la captura y registro de la marca de consentimiento y mejorar la experiencia de nuestros clientes. En esa misma línea, iniciamos el proyecto de implementación de un aplicativo (API) para automatizar el proceso de consulta, captura y registro de la marca de consentimiento en los canales digitales. Por otro lado, brindamos asesoría y soporte a las Tribus, *Squads*, Laboratorios y demás unidades de negocio para viabilizar iniciativas de productos, servicios, canales, entre otros. Finalmente, atendimos todos los requerimientos regulatorios de forma oportuna y realizamos actividades de comunicación y capacitación destinadas a reforzar el cumplimiento de los aspectos dispuestos en la Regulación de Protección de Datos Personales en nuestros colaboradores.



Estabilidad Financiera

- Desarrollamos acciones para cumplir con los requerimientos regulatorios *"US Resolution Stay"* y *"EMIR Refit"*. A su vez, ejecutamos los controles implementados para validar el cumplimiento de los requerimientos regulatorios dispuestos por la Regla *"Volcker Rule"*. Finalmente, gestionamos el cumplimiento de las obligaciones dispuestas por Dodd Frank y EMIR, y atendimos todos los requerimientos de nuestras contrapartes internacionales relacionadas a dichas regulaciones.



Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)

- Trabajamos por identificar los peligros y riesgos en el trabajo, con la finalidad de proponer e implementar controles que garanticen ambientes laborales seguros y saludables. De esta manera, evitamos la aparición de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales. Cabe resaltar, que estos controles están contenidos en lineamientos que involucran prácticas seguras de trabajo, tanto para los colaboradores como para terceros; y son difundidos a través de capacitaciones y comunicaciones hacia todo el personal. La participación de los colaboradores en el sistema de gestión de SST se realiza a través de sus representantes ante el Comité de SST, el cual se reúne de forma mensual para hacer seguimiento al cumplimiento de las actividades contempladas en el Plan y Programa Anual de SST. En ese sentido, los colaboradores también participan haciendo llegar sus dudas, consultas o sugerencias a través del buzón de SST. Asimismo, el sistema de gestión es evaluado de forma anual para identificar oportunidades de mejora que le permitan consolidar el Programa de SST en todos los niveles de la organización, esto con el fin de beneficiar a sus colaboradores.



Conducta de Mercado

- Impulsamos y reforzamos iniciativas que han contribuido a una mejor experiencia de usuario y están alineadas a nuestros 3 pilares de gestión: (i) Buenas prácticas de negocio para brindar productos y servicios óptimos a nuestros clientes, (ii) Transparencia en la información relevante para nuestros clientes, tanto antes como después de adquirir algún producto o servicio con nosotros, y (iii) Adecuada gestión de reclamos. Asimismo, durante el 2019, realizamos monitoreos trimestrales en las agencias para corroborar que los colaboradores cuenten con la información adecuada para asesorar y ofrecer a nuestros clientes los productos que más se alineen a sus necesidades. Además, reforzamos el control de venta, añadiendo productos de seguros a los monitoreos, que a su vez, fueron complementados con campañas de endomarketing, así como capacitaciones a nuestros colaboradores. Por último, se reorganizó al equipo para atender mejor a las unidades de negocio y asegurar que se identifique y asesore cada iniciativa garantizando el cumplimiento de las normas de Conducta de Mercado.

Gestión y Desarrollo Humano

Asesoría



Durante el 2019, priorizamos el diseño, entrenamiento y aplicación de una metodología de Gestión de Cambio que acompañó a todos los proyectos estratégicos y transformacionales de la empresa. Con esta nueva competencia, buscamos ser catalizadores de todos los cambios, así como colaborar con su éxito sostenido.

En línea con el acompañamiento a nuestra transformación organizacional, se transformó el rol del Asesor y su modelo de atención a los diferentes negocios, para estar más cerca de los nuevos requerimientos y optimizar también el 35% de su tiempo.

Compensaciones



Durante el 2019, el equipo de Compensaciones contribuyó con el diseño del *blueprint* de Agile@scale, el cual tuvo como finalidad escalar el Modelo de Agilidad a todo el banco, desarrollándose en 5 frentes: modelo operativo, gestión de desempeño, desarrollo, selección y gestión del cambio. Esto permitió participar en el desarrollo de la gestión de consecuencias dentro de todos los frentes y procesos de personas.

Como parte de este diseño, el aporte de Compensaciones se centró en el Modelo de Desarrollo de Carreras de Especialistas (*Chapters*), el cual permitirá que el avance y crecimiento de las personas en la organización no solo considere la estructura de gestión, sino también los diferentes niveles de *seniority* que los especialistas pueden adquirir. En ese sentido, estos siguen una línea de carrera paralela a la de gestión, para contribuir con su atracción y desarrollo.

Finalmente, merece destacarse la realización del 3er. Foro de Compensaciones Credicorp, que reunió nuevamente a los especialistas de compensaciones y a los equipos de Gestión y Desarrollo Humano del Grupo, así como a destacados consultores nacionales e internacionales. El evento tuvo entre sus temas más destacados: el impacto de las compensaciones en Organizaciones Ágiles y en la experiencia del colaborador, el rol especializado del equipo de compensaciones en Credicorp, así como el intercambio de experiencias, aprendizajes y buenas prácticas que nos permitirán seguir generando sinergias para contribuir a los objetivos de equidad, competitividad y productividad laboral, con el fin de lograr nuestras aspiraciones de Eficiencia y Experiencia del cliente y el colaborador. Durante este evento, contamos con la participación de las consultoras Mercer y Korn Ferry, quienes nos presentaron un resumen de las principales tendencias en Gestión de Compensaciones y Talento a nivel global.

Finalmente, merece destacarse la realización del 2do. Foro de Compensaciones Credicorp, que reunió nuevamente a los equipos de Gestión y Desarrollo Humano, y Especialistas de Compensaciones de todas las empresas del Grupo, así como a destacados Consultores nacionales e internacionales. El evento tuvo entre sus temas más destacados: el Modelo de Alineamiento de las Prácticas de Compensaciones en Credicorp, el impacto de la Transformación Organizacional del BCP bajo la Metodología Ágil y sus retos para la Gestión de Compensaciones, la Ley de igualdad salarial y un resumen de las Tendencias Globales en Gestión Humana por parte de la consultora MERCER.

Experiencia del Colaborador



El Área de Experiencia del Colaborador conformada por las gerencias de Entrenamiento y Capacitación, Reclutamiento y Selección, Gestión del Bienestar y Gestión de Procesos y Canales, tiene la finalidad de acompañar al BCP en el logro de su propósito y aspiración. Creemos que un colaborador podrá brindar una experiencia WOW! a un cliente en la medida que también viva esa misma experiencia al interior de la organización. En ese sentido, el foco principal del área es diseñar nuevos procesos y ajustar los actuales teniendo como centro al colaborador, en cualquiera de sus roles.

Entrenamiento y Capacitación



En el 2019, nuestra gestión se centró en impulsar la innovación del aprendizaje a través de nuestras plataformas digitales. De esta manera, capacitamos a todos los líderes en el nuevo modelo de desempeño "Evoluciona", cuyo objetivo era maximizar el desempeño y potenciar el desarrollo de más de 5,000 colaboradores con remuneración fija.

Además, renovamos la inducción del BCP, en la que nuestros nuevos colaboradores participan durante su primer día de labores, con el fin de ofrecerles una inmersión a nuestra cultura y que conozcan mucho más de nosotros y nuestros principios. Esto logró una satisfacción del 97%. Asimismo, desarrollamos el nuevo modelo operativo de Gestión del Aprendizaje, que acompaña y da soporte al proceso de transformación del BCP.

Finalmente, este año desplegamos 550 iniciativas de capacitación que impactaron a más de 10,000 colaboradores y financiamos programas de especialización dentro y fuera del país (cursos, congresos y seminarios) para un promedio de 400 colaboradores de todas las unidades del BCP.

Reclutamiento y selección



En el 2019, tuvimos un 97% de cobertura en nuestros procesos de selección (aproximadamente 6,500 vacantes internas y externas), cumpliendo con los tiempos establecidos en un 87% y con un nivel de adecuación al puesto del 79%. De esta manera, se logró un 81% de satisfacción en la calidad de dichos procesos.

Asimismo, este año fuimos acreedores de dos Effie Awards en Marca Empleadora, uno de los premios más importantes en la industria de marketing y publicidad. También, fuimos nominados a los Premios ANDA en la categoría "Idea más innovadora: Servicios" por la campaña "Postulamos para entrar en tu vida". Ambos reconocimientos validan el posicionamiento de la Marca Empleadora BCP en la difusión de nuestra propuesta de valor a través de distintos canales tradicionales y digitales.

En línea con ello, se llevó a cabo el proyecto de "Embajadores BCP" que contribuyó a exponer nuestra cultura en redes sociales y fortalecer la reputación del banco. Los canales digitales resultaron ser viables y exitosos para el proceso de reclutamiento originado por los embajadores, ya que se captaron nuevos talentos que participaron en algunas de las oportunidades BCP. Esta consolidación en redes sociales ha multiplicado el impacto y la influencia de todos los colaboradores, incrementando el alcance de la marca, la atracción del talento y la generación de oportunidades comerciales.

Durante el 2019, se trabajó con el área de Compras uno de los proyectos estratégicos de GDH, el cual tendrá un impacto transformacional en el proceso de Reclutamiento y Selección. Este proyecto, denominado ATS (*Applicant Tracking System*), tiene como finalidad mejorar la experiencia de los postulantes y los líderes a través de una nueva plataforma de seguimiento de postulaciones, tanto externas como internas. Esto permitirá brindar una experiencia digital a los usuarios, incrementando su satisfacción y reduciendo el tiempo del proceso. Asimismo, generará una mayor eficiencia en el proceso debido a la automatización de tareas (eliminación de etapas operativas y comunicación automatizada) y la implementación de un modelo predictivo que contribuirá a reducir la rotación de los promotores de servicio. Adicionalmente, los datos capturados en la plataforma permitirán tomar mejores decisiones a través de la explotación y análisis de la información. El ATS explorará soluciones que nos permitan realizar postulaciones por cualquier dispositivo, pruebas en línea, entrevistas virtuales (flexibilidad de horarios y ubicación física), entrevistas con líderes (información, seguimiento y resultados en línea) y *onboarding* (un solo canal de comunicación disponible desde la selección). Dicha plataforma se implementará en el 2020.

De igual manera, dado que el BCP está viviendo una transformación cultural, la cual implica un cambio estructural en gestión, formas de trabajo y organización, realizamos un cambio en la forma de evaluar al postulante, definiendo un grupo de habilidades que permitan a un colaborador o potencial colaborador adaptarse a la nueva forma de gestionar del banco, a las cuales llamamos "Habilidades Samay". En ese mismo contexto, experimentamos una creciente demanda por captar perfiles que impacten directamente en la Transformación Digital con el *seniority* adecuado, por lo que se creó la estrategia para la búsqueda especializada para las áreas de Data, TI, CIX, Agilidad y Ciberseguridad.

Respecto a las postulaciones internas, optimizamos el proceso de reclutamiento, con el fin de generar una mejor experiencia al colaborador. Se reemplazó el portal SIGA por Avature, una nueva plataforma diseñada exclusivamente para este proceso; y a través de Workplace, un canal mucho más dinámico y de mayor alcance, se logró una mayor difusión y transparencia de las oportunidades laborales en el BCP. Adicionalmente, se ha dado visibilidad de estas oportunidades laborales en el grupo Credicorp.

Finalmente, con el objetivo de brindar sostenibilidad a la transformación y maximizar el desempeño del BCP para el 2020, definimos una estrategia denominada Plan Conquista (atracción de talento digital en el extranjero), Plan de Marca (atracción de talento por embajadores, referentes BCP, cercanía, *networking*, comunidades) y Plan de Estrategia de Selección Adaptada (se trabajarán estrategias específicas dependiendo del perfil).

Gestión del Bienestar



En el 2019, nos enfocamos en mejorar la experiencia de nuestros colaboradores en cada uno de los servicios de Gestión del Bienestar que manejamos, donde priorizamos los frentes de beneficios financieros, salud, facilidades, servicios internos y descuentos, así como los canales de comunicación.

Nuestra App Vive BCP se repotenció con nuevas funcionalidades que permitieron a los colaboradores tener mayor acceso a descuentos, al App de cuenta sueldo, a la web de reembolsos de Pacífico y a georreferenciar clínicas, teniendo como foco facilitarles la vida a nuestros colaboradores.

En el ámbito de salud, potenciamos el programa "Siempre Sano", cuyo fin era trabajar de manera preventiva 4 diagnósticos crónicos, para velar por la salud de nuestros colaboradores. Asimismo, obtuvimos el perfil epidemiológico del banco, el cual nos marcó una guía para repotenciar nuestro programa "Vive Saludable", que logró extenderse a más sedes. De igual manera, de la mano de nuestros departamentos y tópicos médicos, brindamos servicios de orientación psicológica, nutricional, seguimiento de menús balanceados en los comedores y la oferta de nuestros gimnasios. De esta manera, se logró reducir significativamente los siniestros de salud. Además, siguiendo con la cultura de prevención, continuamos con la difusión de las ferias de Salud en nuestras principales sedes.

En cuanto a facilidades y servicios internos, seguimos robusteciendo nuestro Modelo de Atención y la gama de beneficios a nuestros colaboradores, entre los cuales destacan:

- » Créditos personales, hipotecarios y tarjetas de crédito a tasas y condiciones preferentes.
- » Leads aprobados para colaboradores de tarjeta de crédito, créditos personales y vehiculares mensualmente.
- » Esquema de horario flexible según el puesto de trabajo.
- » Diferentes posibilidades de aguinaldo para navidad, a elección del colaborador.
- » Club Las Garzas para actividades de esparcimiento familiar (en Lima).
- » Sistema de transporte: buses para trasladar a los colaboradores desde diferentes puntos de Lima hacia nuestras sedes y sistema de autos, para el traslado entre sedes.
- » Ferias a lo largo del año en las diferentes sedes, con más de 300 marcas ofreciendo descuentos especiales.

Gestión del Aprendizaje

En el 2019, la gestión de BCP se centró en impulsar nuestro frente cultural a través de las plataformas digitales del banco, además del programa *Digital Academy* y la disposición de una oferta formativa enriquecida. En este sentido, iniciamos el Modelo de Formación de Líder BCP, ya que, en cualquier proceso de movilización de la cultura, el líder cumple un rol clave:

1. Es un modelo a seguir en la transformación cultural: vive los principios o busca activamente encontrar formas de vivirlos en el día a día, en aquello que le compete como colaborador y como líder. Además, promueve que otros los vivan, reconoce sus brechas en la adopción de los principios, comparte sus logros, errores y búsquedas y muestra en todo momento su compromiso con la transformación.

2. Es quien comunica y promueve la cultura: entiende o busca entender cuál es el propósito y la estrategia que quiere seguir el Banco y su unidad para alcanzar la aspiración. Asimismo, explica lo que se quiere lograr y cómo lograrlo, utiliza los principios y su experiencia con ellos para convocar a su equipo en torno a los ideales de cambio.

3. Cumple los lineamientos: adopta los procesos y utiliza los mecanismos que refuerzan la cultura. Enseña a su equipo, y a otros, cómo utilizar todas estas estructuras y puede señalar con claridad el valor que tienen, sin dejar de pensar y contribuir en cómo mejorarlas para lograr los objetivos de la organización.

4. Se prepara y motiva a que todos puedan aprender: imparte lo necesario para contribuir al proceso de adopción de la cultura, identifica las necesidades de sus colaboradores y de él mismo, y explora los recursos que pueden cubrir las mismas.



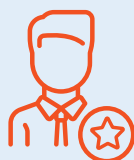
El programa Líder BCP recoge estas características y lo enmarca en el proceso de transformación cultural. De esta manera, lo prepara para optimizar la experiencia del colaborador en los diferentes *touchpoints* asociados a cada *journey*. Es aquí donde tiene una contribución significativa y se concentra en las acciones que el líder tiene que realizar en cada *touchpoint*. Además, fortalece aquellas habilidades que requiere para generar la mejor experiencia del colaborador, enfocándose en: planificación, comunicación, manejo de situaciones difíciles o brindar *feedback*. Estas son algunas de las habilidades que el programa desarrolla y promueve, con el fin de lograr la integración de los principios SAMAY, asegurando que en las diferentes acciones que realicen puedan evidenciarse los comportamientos que lo muestran como líder cultural.

Relaciones Laborales



En el 2019, actuamos desde cuatro ángulos que convergen en dos factores: el desempeño y la eficiencia. Como primer ángulo, incorporamos consecuencias a los modelos de evaluación de desempeño e incumplimiento de obligaciones, mostrando excelentes resultados. Como segundo ángulo, gestionamos el riesgo laboral de Credicorp, logrando que todas las empresas del grupo reporten sus riesgos a las unidades de riesgo respectivas. Como tercer ángulo, logramos hacer una gestión preventiva que contaba con una estructura de Relaciones Laborales, diseñada para estar cerca del negocio sin perder la visión estratégica. Esto se hizo con el fin de monitorear los conflictos a través de 25 indicadores de gestión laboral. Finalmente, tuvimos una composición sana de juicios e inspecciones con riesgos moderados y tendencias estables, en el tema de litigios.

Gestión del Talento Corporativo



El objetivo del área es gestionar el talento de Credicorp, con una visión corporativa de acuerdo con las necesidades del negocio. Esta gestión corporativa nos permite asegurar un proceso uniforme en el que se utilicen los mismos conceptos y una propuesta de valor homogénea en todas las empresas del grupo.

En el 2019, gestionamos a 588 colaboradores que forman parte de talento *junior high potential*, *high potential*, *core team*, especialistas y *tops*, los cuales representan el 3.58% del total de colaboradores de BCP.

Gestión de Proveedores



En el 2019, seguimos optimizando el valor hacia la organización en los distintos procesos administrativos. Principalmente, hemos trabajado en dos proyectos importantes relacionados a la reducción de gastos:

- » En primer lugar, el Proyecto *Paperless* busca reducir el *blueprint* de documentos físicos en todo el banco (generación, transporte, procesamiento y custodia). En línea con esto, este año se ha logrado ahorrar aproximadamente S/ 800 mil, al eliminar el *Pin Mailer* y manuales de las tarjetas de crédito, reduciendo formatos en agencias y cuestionando el procesamiento necesario en el *backoffice*.
- » En segundo lugar, el Proyecto de Gestión de Efectivo, el cual consta de varias iniciativas, como: a) La reducción del exceso de dólares físicos de US\$ 600 MM en enero a US\$ 140 MM en diciembre, generando un ahorro de S/ 2.5 MM en el 2019; y b) El ajuste del saldo en la red para trasladar efectivo adicional hacia el BCRP, de manera que pueda generar rentas incrementales con la tasa que genera el equipo de Tesorería. Esta iniciativa nació de un cambio de *mindset* en el equipo que implica minimizar el gasto y maximizar el valor. Esta iniciativa tiene un gasto adicional de S/ 3 MM, pero trae un ingreso en 12 meses de S/ 10 MM.

Hemos logrado mantener la continuidad operativa del negocio con una gestión eficiente en gastos, un buen control del riesgo y una excelente gestión del desempeño de los proveedores. En el último semestre del 2019, el área de Gestión de Proveedores pasó a formar parte de la División GDHA, lo cual significó un entendimiento importante sobre la necesidad de integrar la experiencia al colaborador en nuestro enfoque y procesos.

Infraestructura



Durante el 2019, los esfuerzos han venido enfocados en 5 frentes:

- » **Cultura:** Acompañamos al proceso de transformación cultural a través de un diseño de espacios, el cual soporta las nuevas dinámicas que impulsan el trabajo colaborativo, la horizontalidad y movilidad, acorde a la visión estratégica del banco.
- » **Formas de trabajo:** Diseñamos e implementamos espacios que soporten la agilidad empresarial (tribus y centros de excelencia), realizando un importante esfuerzo de planificación con el fin de generar los espacios necesarios para el gran movimiento de colaboradores que demanda.
- » **Experiencia del colaborador:** Buscamos potenciar su desempeño, generando espacios y servicios que faciliten el desarrollo de sus actividades.
- » **Eficiencia:** Optimizamos el uso de los espacios de trabajo y los costos asociados a los inmuebles y sus servicios.
- » **Transformación de la red de agencias:** Acompañamos la transformación de agencias, con cambios de formatos, consolidaciones, etc. Lanzamos nuestro primer formato BCP Café.

Respecto a los logros obtenidos, tuvimos los siguientes:

- » Se eliminaron 7,000 metros lineales de paredes y redujimos en 12% los costos de habilitación por metro cuadrado, respecto al 2016.
- » Implementamos espacios de trabajo para 8 tribus y 3 centros de excelencia.
- » La satisfacción con los nuevos espacios de trabajo subió de 60% a 74% de T2B.
- » Implementamos 156 transformaciones en agencias y 152 ATMs de crecimiento.

Samay BCP

Hace 4 años, nos cuestionamos qué necesitábamos hacer para enfrentar todos los cambios que vienen ocurriendo en el mundo, sobre todo los relacionados a los clientes, y así poder mantener nuestro liderazgo en el sector financiero a futuro. Nuestro objetivo era claro, convertirnos en el Banco con el mejor servicio al cliente al 2021 y ser la empresa con el mejor servicio al cliente al 2024. Para lograrlo debíamos reinventarnos y evolucionar, replanteando nuestra forma de trabajo, nuestra forma de gestionar y sobre todo, transformando nuestra cultura. Es así que, bajo el liderazgo y compromiso del Comité de Gestión, nació Samay BCP, el proyecto de la gran transformación del Banco, a través del cual creamos, junto con nuestros colaboradores, los Principios Culturales que nos llevarán a conseguir nuestra aspiración: tener una gestión WOW!, con un equipo WOW!, que nos permitan brindar una experiencia WOW! al cliente y así alcanzar el propósito que juntos definimos: Transformar Planes en Realidad.

Esta gran transformación estará evidenciada a través de múltiples iniciativas, llamadas vientos, que serán el sustento de nuestra aspiración.



¿Qué relación tiene Samay BCP con Somos BCP?

Samay BCP es el alma de toda la transformación que se está gestando en el BCP, y al ser así es lógico pensar que el protagonista principal es el colaborador. En ese sentido, Somos BCP se adhirió al ADN de Samay BCP.

Recordemos que Somos BCP nació con el objetivo de construir una propuesta de valor que satisfaga las necesidades de nuestros colaboradores. En 7 exitosos años, logramos decir que hemos consolidado nuestra propuesta de valor, siendo reconocidos como la mejor opción para trabajar en el país. Además, mejoramos nuestro clima laboral, llevándola del 58% en el 2010 a un 86% en el 2019.

Estos logros nos han servido de evidencia para ratificar que estábamos listos para evolucionar y asumir juntos un compromiso mayor, el de transformarnos culturalmente para convertirnos en el Banco que queremos ser. Seguiremos trabajando en nuevas iniciativas que acompañen este proceso de transformación y que siempre contemplen una propuesta de valor relevante y a la medida de las necesidades de nuestros colaboradores.

Responsabilidad social

En el BCP tenemos una tradición importante de apoyo a la educación que hemos conservado durante las últimas décadas. Hoy con un renovado espíritu, redirigimos nuestras iniciativas de responsabilidad social a diversos proyectos educativos.

Programa Becas BCP

El programa Becas BCP es el foco de la estrategia de Responsabilidad Social del BCP, cuya finalidad es la de brindar acceso a educación superior de calidad a jóvenes talentosos que no cuentan con los recursos económicos necesarios. A través de esta iniciativa, los beneficiarios rompen el círculo de la pobreza, irradiando a su familia, a su descendencia y al país.

Por tal motivo, desde el 2012, Becas BCP trabaja el programa de Becas Universitarias para brindar la oportunidad a jóvenes de estudiar en las mejores universidades del país, financiando los costos académicos y de manutención, además de acompañamiento y programa de inserción laboral y desarrollo profesional.

Conscientes del importante impacto del programa de Becas Universitarias, a mediados del 2018 se lanzan dos programas nuevos de becas, Becas BCP-Carreras Técnicas y BCP Becas Maestría, ampliando la oferta de beneficios y el perfil del beneficiario.

Hasta la fecha el BCP ha contribuido con más de S/ 25 millones a favor de los programas de becas universitarias, técnicas y de materia.

Voluntarios BCP

Mediante este programa, buscamos que los colaboradores del BCP se conviertan en agentes de cambio social, entregando su tiempo, conocimientos, recursos y habilidades a todos los beneficiarios de una manera comprometida y entusiasta.

Para conseguirlo, involucramos a los voluntarios en el proceso de fortalecimiento de la educación del país. En el año 2019, se decidió enfocar los esfuerzos del programa a la capacitación y formación de mujeres microempresarias, logrando un alcance de más de 1,000 mujeres en las ciudades de Lima y Piura.




Contribuimos con más de S/ 25 millones en los programas de becas universitarias, técnicas y de materia.

Mibanco

Mibanco tiene como objetivo ser el principal promotor de la inclusión financiera del país y liderar el dinámico mercado de la micro y pequeña empresa. En ese sentido, para darle un mayor impulso, desde abril de 2018, Credicorp creó la línea de Negocios Microfinanzas, conformada por Mibanco (Perú), Encumbra (Colombia), Si Vamos Juntos (Bolivia) y desde diciembre de 2019 se incorporó a Bancompartir (Colombia).

Líder indiscutible en el sector microempresa

	<p>Primer lugar en Participación de Mercado en el segmento de la micro y pequeña empresa</p> <p>En el 2019, Mibanco consolidó su participación de mercado en su segmento objetivo de la micro y pequeña empresa (segmento que mantiene una deuda en el sistema financiero inferior a S/ 150 mil), alcanzando un 25.1% al cierre del 2019, <i>versus</i> el 26.2% obtenido al cierre del 2018.</p>
	<p>Primer lugar en número de clientes de la microempresa</p> <p>Mibanco se ubicó en el primer lugar en cuanto a número de clientes de la microempresa (segmento que mantiene una deuda en el sistema financiero inferior a S/ 20 mil), alcanzando una participación de mercado de 27.7% (588,933 clientes) al cierre del 2019.</p>
	<p>Primer lugar en colocaciones al segmento de la microempresa</p> <p>Mibanco ocupó el primer lugar en el segmento microempresa (segmento que mantiene una deuda en el sistema financiero inferior a S/ 20 mil) con un monto de colocaciones de S/ 2,105 millones, obteniendo una participación de mercado de 25.2% al cierre del 2019.</p>
	<p>Sólido crecimiento en colocaciones</p> <p>Al cierre del 2019, Mibanco alcanzó S/ 10,630 millones en su cartera de colocaciones, dado el crecimiento de su cartera en S/ 681 millones <i>versus</i> el 2018, lo que le permitió ubicarse en el quinto lugar dentro del sistema bancario.</p>



Importante contribución de las utilidades

Durante el 2019, Mibanco consolidó su liderazgo a través de una estrategia enfocada en la optimización de la efectividad comercial y la eficiencia en procesos, mejora de la calidad de cartera y el perfil crediticio de nuestros clientes, y optimización del costo de fondos. Además, se realizó una inversión en nuestra capacidad comercial futura y estrategias de despliegue de canales alternativos de venta. Asimismo, se reforzó los controles de aprobación de gastos y los proyectos para mejorar la eficiencia operativa. Todo esto ha permitido generar valor para la organización, logrando obtener S/ 408 millones de utilidad al cierre de la gestión.

Excelente rentabilidad

Al cierre del 2019, Mibanco obtuvo una rentabilidad sobre el patrimonio (ROAE) de 20.5%, consolidando en los últimos años un rendimiento operativo consistente por encima del 20%, mostrando un sólido desempeño dentro de las empresas del sistema financiero y del grupo Credicorp.

Comprometidos con la inclusión financiera

Al cierre del 2019, Mibanco bancarizó a 91 mil clientes y, en los últimos cinco años, a más de 500 mil peruanos, quienes recibieron un crédito por primera vez a través de esta entidad, lo que constituye una expresión de su genuino compromiso con la inclusión financiera.

Asimismo, Mibanco cuenta con la red de agencias más grande de la industria de las microfinanzas, con presencia en 24 departamentos, donde el 70% de ellas se encuentran ubicadas en el interior del país.

En noviembre de 2016, Mibanco se sumó, junto a 15 instituciones a nivel mundial, a la iniciativa del Grupo del Banco Mundial para facilitar el Acceso Financiero Universal al 2020. En el mundo, existen dos mil millones de personas que permanecen excluidas del sistema financiero formal. Mibanco, comprometido con su misión y reconociendo su rol como institución líder de las microfinanzas, ha decidido sumarse a este esfuerzo a favor de la inclusión financiera universal, comprometiéndose en abrir dos millones de cuentas de ahorro entre los años 2017 y 2020.

Continuamos fortaleciendo la gestión financiera



Mejora integral del desempeño de los Asesores de Negocios

Durante el 2019, la productividad fue similar al del 2018 (promedio anual de 20.5 y 20.7 respectivamente), sumado a una mejora del performance en la gestión de admisión crediticia y cobranzas, los cuales son evidenciados en los resultados de KPI's, como la cartera en riesgo (Dic18: 10.39% vs Dic19: 10.17%), cosecha 6 meses (Dic18: 1.2% vs Dic19: 1.1%) y en el indicador del pise 9 (Dic18: 4.26% vs Dic19: 2.37%). En resumen, este año ha representado para Mibanco un adecuado balance entre el frente comercial y el riesgo crediticio del portafolio.

Gestión Integral de Riesgos

En el 2019, Mibanco presentó una mejora de 50 puntos básicos sobre el 2018 en el costo de riesgo (pasando de 4.3% a 3.8%). Ello como resultado de desplegar mejoras en el proceso de calidad de admisión y gestión de cobranza, siendo las principales: ajustes de la política crediticia, mejoras en la calibración de los scores de riesgo, mejoras en el uso de los scores de riesgo, fortalecimiento del gobierno de los modelos de riesgo, foco en la cobranza temprana, mejoras en el esquema de incentivos de los asesores de negocio y despliegue de nuevos canales y estrategias de cobranza. Producto de esta gestión, Mibanco mejora 2 posiciones dentro del ranking de sus pares competidores en cuanto a calidad de admisión, ubicándose dentro de los 4 mejores.

Gestión de la Eficiencia Operativa

En el 2019, el crecimiento de la fuerza comercial y de los mayores gastos de sistemas, originaron el aumento desfavorable del ratio de eficiencia a 53.1% al cierre del 2019 *versus* el 48.6% al cierre del año anterior. Sin embargo, este crecimiento atípico de los gastos administrativos es necesario para el desarrollo de las capacidades que aseguren el crecimiento futuro. No obstante, se reforzaron los controles de aprobación de gastos e implementaron proyectos para mejorar la eficiencia. Así también, dicho indicador aún continuaba siendo significativamente menor respecto al promedio de pares del sector de microfinanzas.

Calificación crediticia

A nivel local, al cierre del 2019, Mibanco mantiene la categoría A, la más alta otorgada tanto por la empresa Apoyo & Asociados Internacionales (asociada a Fitch Ratings), como por la empresa Equilibrium (afiliada a Moody's). Asimismo, a nivel internacional, Standard & Poors mantuvo en BBB+ el grado de inversión otorgado a Mibanco por sus fortalezas, tales como fuerte apoyo de su matriz, el Banco de Crédito del Perú, su posición de liderazgo y experiencia en microcréditos, y el sólido rendimiento operativo en los últimos años.

Premios



Mibanco dentro de las 20 marcas más valoradas

En el 2019, Mibanco subió tres posiciones en el ranking BrandZ Perú TOP 20, alcanzando el puesto 16. Este ranking es elaborado por Kantar Millward Brown y el Grupo WPP, y reúne a las marcas más valoradas en el Perú. El valor de la marca se incrementó en 56% respecto del año anterior, alcanzando los US\$115 millones.

Gran Effie de Oro – Campaña “Escolares Útiles”

Los Effie constituyen la principal distinción profesional que reconoce la efectividad publicitaria y el aporte de estrategia y creatividad al logro de objetivos y obtención de resultados en una organización. En el 2019, Mibanco fue reconocido en los Effie Awards, con un Effie de oro en la categoría *Positive change* (bien social) por la campaña “Ciudadanos del mañana”, que incentivó el desarrollo de la ciudadanía entre los escolares peruanos a través de un concurso de expresión artística.

Por otro lado, también se reconoció la campaña de productos pasivos “Tigres de la honestidad” con un Effie de plata en la categoría Servicios financieros.

Mejor banco de microfinanzas - Global Banking & Finance Review

En diciembre, Mibanco fue reconocido por la prestigiosa publicación británica Global Banking & Finance Review por tercer año consecutivo, como el “Mejor Banco de Microfinanzas en el Perú 2019”.

Los Global Banking & Finance Review Awards fueron creados en el 2011 para reconocer a las empresas que destacan de manera sobresaliente en la industria en la que se desenvuelven. Los premios reflejan el liderazgo, estrategia comercial, logros en el ámbito financiero y la innovación dentro de la comunidad financiera global.



Calificación A- en Desempeño Social y Protección al cliente

En julio de 2019, MicroFinanza Rating, reconocida calificadora internacional, especializada en microfinanzas e inclusión financiera nos otorgó la calificación A- por nuestra buena gestión de desempeño social y protección al cliente.

Este reconocimiento certifica nuestro enfoque y compromiso con el logro de nuestro propósito, y acredita que Mibanco cuenta con buenos sistemas de desempeño social y protección al cliente, buena variedad y calidad de servicios financieros y no financieros, diseñados en función a las necesidades de los clientes y excelente alcance a nivel nacional.

Certificación Smart Campaign

En 2019, MicroFinanza Rating, otorgó a Mibanco la certificación de Smart Campaign, un estándar internacional que busca sumar a los líderes en la industria de las microfinanzas en torno a un objetivo común: mantener a los clientes como motor del sector.

En ese sentido, Smart Campaign reconoce a Mibanco la alineación de sus sistemas de gestión, políticas y procesos con los Principios de Protección al Cliente: diseño y distribución apropiada de productos, prevención del sobreendeudamiento, transparencia, precios responsables, trato justo y respetuoso de los clientes, privacidad de los datos de los clientes y mecanismos para resolución de quejas. Con este logro, Mibanco evidencia el cumplimiento y compromiso con su propósito de transformar la vida de sus clientes, escribiendo con ellas historias de progreso que trasciendan.

Premios



Premios

BCP



PRIMER PUESTO - Monitor Empresarial de Reputación Corporativa 2019 (MERCOS)

Por 8º año consecutivo, el BCP fue reconocido como la empresa con mejor reputación corporativa del Perú. La relación de las 100 empresas y los 100 líderes con mejor reputación en el Perú es elaborada por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOS).

PRIMER PUESTO - Ranking Empresas Financieras - Monitor Empresarial de Reputación Corporativa Talento 2019 (MERCOS Talento)

El BCP ocupó el primer lugar en el sector bancario del Ranking MERCOS Talento y el segundo lugar en el ranking general.

PRIMER PUESTO – Monitor Empresarial de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo

Por 7º año consecutivo, el BCP ocupó el primer lugar en el ranking MERCOS Responsabilidad y Gobierno Corporativo.

Las 10 Empresas Más Admiradas del Perú 2019, otorgado por PwC y la Revista G de Gestión

Por 8º año consecutivo, el BCP fue distinguido como una de las Empresas Más Admiradas del Perú. El reconocimiento es otorgado por PwC y la revista G de Gestión a partir de una evaluación efectuada entre más de 4,500 ejecutivos del país.



Creatividad Empresarial 2019

YAPE, del BCP, ganó premios en tres categorías: Servicios Financieros, Premio Especial de Gran Empresa y Gran Premio de la Creatividad Empresarial 2019 (máxima distinción de Creatividad Empresarial) como parte de este reconocimiento otorgado por la UPC, El Comercio y RPP.

Effie Awards Perú 2019

El BCP obtuvo seis premios en los Effie Awards Perú 2019. Por la campaña "Contigo Capitán" obtuvo el Gran Effie 2019. Por las campañas "Contigo Capitán" (Categoría Marketing Estacional / Campañas del Mundial) y "El BCP postula para entrar en tu vida" (Categoría Media Idea) obtuvo dos Effie Awards de Oro. Por la campaña "El BCP postula para entrar en tu vida" (Categoría Experiencia de Marca) obtuvo un Effie Award de Plata. Por las campañas "Samay" (Categoría Comunicación Interna) y "Contigo Capitán" (Categoría Servicios Financieros) el BCP obtuvo dos Effie Awards de Bronce.

Brandz Perú Top 20 de Kantar Insight

El BCP es la segunda marca más valorada del Perú en 2019, según Brandz Perú Top 20, que elaboró la División Insights de Kantar.

XIX Encuesta Anual de Ejecutivos de la Cámara de Comercio de Lima

Se reconoció al BCP como la mejor empresa en las categorías de Banca Empresarial, Banca Pyme, Banca Personal y Aplicación para Operaciones Bancarias.



IAB MIXX Awards Perú 2019

El BCP recibió tres reconocimientos en los IAB MIXX Awards Perú 2019, que premia a las mejores campañas de marketing digital. El BCP ganó en tres categorías:

- » Móviles, por la estrategia de comunicación de Yape.
- » Branding, por la campaña Contigo Capitán.
- » Gran IAB MIXX 2019, para Yape.

Premios ANDA 2019

El BCP recibió dos premios ANDA 2019, que entrega la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA). Los reconocimientos fueron por las categorías de Comunicación Interna (Samay) y de Campaña Elegida por el Público (Campaña Contigo Aprendí).

Euromoney Awards for Excellence 2019 – Mejor Banco en el Perú

El BCP ha sido reconocido como el Mejor Banco del Perú, por la revista Euromoney.

Euromoney Real Estate Annual Survey 2019 - Mejor Banco Peruano en cuatro categorías

El BCP fue elegido el Mejor Banco en las categorías de: Financiación de Préstamos, Financiación de Capital, Seguridad y Mejor Banco Peruano en general.

Euromoney Private Banking Survey 2019 - Mejor Banco Peruano en Banca Privada

El BCP fue elegido el Mejor Banco de Banca Privada en 6 categorías, entre ellos, Mejor Banca Privada para clientes peruanos, Mejor Gestión de Activos, Mejor Servicio de Family Office, Mejor Servicio de Planeamiento Sucesorio y Trusts, entre otros.

Estados financieros



Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Estado de situación financiera (Proforma - No Auditado)

Al 31 de diciembre del 2019 y 2018

	Nota	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
Activo			
Fondos disponibles:	1		
Que no generan intereses		4,608,148	5,991,451
Que generan intereses		19,148,673	14,081,216
		23,756,821	20,072,667
Fondos en garantía, pactos de reventa y financiamiento con valores		3,045,261	3,362,285
Inversiones:			
A valor razonable con cambios en resultados	2	242	75,948
A valor razonable con cambios en otros resultados integrales	3	14,263,353	14,300,023
A costo amortizado		3,455,877	3,799,355
		17,719,472	18,175,326
Cartera de créditos, neto:	4		
Vigentes y vencidas		104,886,920	101,193,839
Menos - provisiones netas para colocaciones		(4,761,111)	(4,706,870)
		100,125,809	96,486,969
Inmuebles, mobiliario y equipo, neto		1,996,773	1,246,807
Aceptaciones bancarias		535,222	967,968
Otros activos	5(a)	4,992,105	4,456,929
Total activo		152,171,463	144,768,951

	Nota	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
Pasivo y patrimonio neto			
Depósitos y obligaciones:	6		
Que no generan intereses		26,372,428	23,571,249
Que generan intereses		73,060,735	69,462,448
		99,433,163	93,033,697
Cuentas por pagar por pactos de recompra y préstamos de valores		5,803,336	7,169,908
Deudas a bancos, corresponsales y otras entidades	7	8,865,310	8,583,889
Aceptaciones bancarias		535,222	967,968
Bonos y notas emitidas	8	14,312,926	14,736,828
Otros pasivos	5(b)	4,251,420	3,191,364
Total pasivo		133,201,377	127,683,654
Patrimonio neto			
Capital social		9,924,006	8,476,984
Reservas		4,476,256	3,965,447
Ganancia no realizada		296,456	8,665
Resultados acumulados		4,156,903	4,526,436
		18,853,621	16,977,532
Interés no controlador		116,465	107,765
Total patrimonio		18,970,086	17,085,297
Total pasivo y patrimonio neto		152,171,463	144,768,951

Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Estado consolidado de ganancias y pérdidas (Proforma - No Auditado)

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
Ingresos financieros		
Intereses sobre créditos	9,935,518	9,377,671
Intereses sobre depósitos en bancos	303,201	148,010
Intereses sobre inversiones a valor razonable con cambios en resultados y con cambios en otros resultados integrales	720,490	674,420
Otros ingresos por intereses y rendimientos similares	13,366	11,153
Total ingresos financieros	10,972,575	10,211,254
Gastos financieros		
Intereses sobre depósitos y obligaciones	(1,194,547)	(976,650)
Intereses sobre bonos y notas emitidas	(883,031)	(888,161)
Intereses sobre deuda con bancos y corresponsales	(590,518)	(616,317)
Otros gastos por intereses y gastos similares	(192,869)	(150,382)
Total gastos financieros	(2,860,965)	(2,631,510)
Margen financiero bruto	8,111,610	7,579,744
Provisión de pérdida crediticia para cartera de créditos, neto de recuperos	(1,776,796)	(1,475,062)
	6,334,814	6,104,682
Margen financiero neto	6,334,814	6,104,682
Ingresos no financieros		
Ingreso neto por comisiones	2,609,684	2,486,844
Ganancia neta en derivados de negociación	24,484	(2,383)
Ganancia neta en valores	133,812	31,375
Ganancia neta en operaciones de cambio	736,487	699,002
Ganancia neta por diferencia de cambio	17,151	25,825
Otros ingresos no financieros	209,581	198,316
Total otros ingresos no financieros	3,731,199	3,438,979
Gastos operativos		
Remuneraciones y beneficios sociales	(2,569,839)	(2,441,977)
Gastos administrativos	(1,858,370)	(1,866,399)
Depreciación y amortización	(508,880)	(328,751)
Otros	(155,234)	(184,101)
Total otros gastos operativos	(5,092,323)	(4,821,228)
Utilidad antes de impuesto a la renta	4,973,690	4,722,433
Impuesto a la renta	(1,331,756)	(1,331,418)
Utilidad neta	3,641,934	3,391,015
Atribuible a:		
Accionistas del Banco de Crédito del Perú	3,622,439	3,367,984
Interés no controlador	19,495	23,031
	3,641,934	3,391,015
Utilidad neta por acción básica y diluida (en soles)	0.3564	0.3319
Promedio ponderado del número de acciones en circulación, ajustado por división de acciones (en miles)	10,217,387	10,217,387

Banco de Crédito BCP

Conciliación entre la utilidad en soles según Normas SBS y utilidad en NIIF's

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
Utilidad neta reportada en soles según Normas SBS	3,622,708	3,341,940
Ajustes para llevar de la contabilidad bajo principios según normas SBS a NIIF's y eliminación para efectos de consolidación		
Diferencia entre utilidad local y NIIF's de Mibanco y otras subsidiarias	8,324	10,570
Reversión provisión riesgo país - BCP	(8,469)	5,843
Amortización diferida Edyficar - BCP	(1,516)	(1,820)
Pérdida Esperada NIIF 9 / NIC 39	(8,555)	(4,342)
Otros	9,947	15,793
Utilidad en soles de acuerdo a NIIF's	3,622,439	3,367,984

Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Anexos complementarios a la información financiera Proforma - No Auditado.

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
1. Fondos disponibles		
A continuación se presenta la composición del rubro:		
Depósitos en el Banco Central de Reserva del Perú	18,367,651	13,206,885
Caja y canje	4,312,858	5,716,307
Depósitos en bancos	1,062,126	1,130,143
	23,742,635	20,053,335
Intereses devengados	14,186	19,332
Total	23,756,821	20,072,667

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
2. A valor razonable con cambios en resultados		
A continuación se presenta la composición del rubro:		
Acciones -		
Acciones negociadas en bolsa	242	-
Bonos e instrumentos similares -		
Bonos del Tesoro Público de Otros Gobiernos	-	75,174
	-	75,174
	242	75,174
Intereses devengados	-	774
Total	242	75,948

Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Anexos complementarios a la información financiera Proforma - No Auditados.

3. A valor razonable con cambios en otros resultados integrales

(a) A continuación se presenta la composición del rubro:

	2019				2018			
	Monto bruto no realizado			Valor razonable estimado	Monto bruto no realizado			Valor razonable estimado
	Costo amortizado	Ganancias	Pérdidas		Costo amortizado	Ganancias	Pérdidas	
S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	S/ (000)	
Vencimiento fijo -								
Certificados de deposito del BCRP	8,649,884	15,388	(1)	8,665,271	9,833,776	189	(4,383)	9,829,582
Bonos del Tesoro Público	3,527,336	274,780	-	3,802,116	2,744,862	37,366	(12,727)	2,769,501
Bonos corporativos, de arrendamiento financiero y subordinados	1,273,992	48,116	(1,090)	1,321,018	1,138,498	4,216	(24,406)	1,118,308
Bonos de gobiernos extranjeros	229,924	1,090	(17)	230,997	228,138	-	(346)	227,792
Bonos de Organismos financieros	-	-	-	-	101,130	-	(501)	100,629
Bonos titulizados	18,299	1,910	-	20,209	20,736	906	-	21,642
Participación en fondos de inversión	36	44	(80)	-	12	230	-	242
	13,699,471	341,328	(1,188)	14,039,611	14,067,152	42,907	(42,363)	14,067,696
Acciones -								
Cotizadas en bolsa - Credicorp Ltd.	86,074	-	-	86,074	80,891	-	-	80,891
No cotizadas en bolsa	10,257	1,573	-	11,830	9,566	1,015	-	10,581
	96,331	1,573	-	97,904	90,457	1,015	-	91,472
	13,795,802	342,901	-1,188	14,137,515	14,157,609	43,922	(42,363)	14,159,168
Inversiones en asociadas				32,372				29,160
Intereses devengados				93,466				111,695
Total				14,263,353				14,300,023

	2019	2018
	Valor de mercado S/ (000)	Valor de mercado S/ (000)
Hasta 3 meses	2,209,480	4,187,406
De 3 meses a 1 año	5,977,373	5,452,243
De 1 a 3 años	1,017,173	930,234
De 3 a 5 años	1,709,597	596,171
Más de 5 años	3,125,988	2,901,400
Sin vencimiento (acciones y fondos de inversión)	97,904	91,714
Total	14,137,515	14,159,168

Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Anexos complementarios a la información financiera Proforma - No Auditados.
Al 31 de Diciembre de 2019 y 2018

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
4. Colocaciones, neto		
a) Créditos directos:		
Préstamos	81,156,314	77,692,774
Arrendamiento financiero	5,978,421	6,322,477
Tarjetas de crédito	8,371,208	7,746,501
Descuentos	2,198,449	2,312,231
Sobregiros y adelantos en cuenta corriente	152,436	251,978
Operaciones de factoring	2,015,513	1,923,456
Créditos refinanciados y reestructurados	1,163,988	1,256,714
Créditos vencidos y en cobranza judicial	3,163,185	2,979,185
	104,199,514	100,485,316
Más (menos) -		
Intereses devengados	752,607	772,074
Intereses no devengados	(65,201)	(63,551)
Provisión para créditos de cobranza dudosa	(4,761,111)	(4,706,870)
Total créditos directos, netos	100,125,809	96,486,969
Créditos indirectos	19,421,696	19,844,696

	2019 S/ (000)		2018 S/ (000)	
b) Sector:	%		%	
Manufactura	14,767,801	14%	16,229,555	16%
Préstamos hipotecarios	17,144,334	16%	15,379,269	15%
Comercio	16,482,931	16%	16,721,137	17%
Préstamos de consumo	14,437,302	14%	12,638,332	13%
Electricidad, gas y agua	2,685,200	3%	4,013,254	4%
Microempresas	5,318,607	5%	5,104,772	5%
Negocio de bienes raíces y servicio de arrendamiento	7,780,365	7%	6,975,291	7%
Minería	3,127,967	3%	2,581,421	3%
Comunicaciones, almacenaje y transporte	5,668,412	5%	5,503,597	5%
Agricultura	2,437,659	2%	2,144,165	2%
Servicios financieros	2,888,046	3%	2,528,192	3%
Construcción	1,819,261	2%	1,667,074	2%
Pesca	344,467	0%	352,959	0%
Educación, salud y otros servicios	1,875,863	2%	1,778,326	2%
Otros	7,421,299	7%	6,867,972	7%
Total	104,199,514	100%	100,485,316	100%

c) Clasificación de créditos

	2019					
	Créditos directos		Créditos indirectos		Total	
	S/ (000)	%	S/ (000)	%	S/ (000)	%
Normal	96,518,800	93%	18,022,393	93%	114,541,193	93%
Con problemas potenciales	2,884,537	3%	406,247	2%	3,290,784	3%
Deficiente	1,171,148	1%	696,963	4%	1,868,111	2%
Dudoso	1,491,995	1%	133,324	1%	1,625,319	1%
Pérdida	2,133,034	2%	162,769	1%	2,295,803	2%
	104,199,514	100%	19,421,696	100%	123,621,210	100%

	2018					
	Créditos directos		Créditos indirectos		Total	
	S/ (000)	%	S/ (000)	%	S/ (000)	%
Normal	92,790,846	92%	17,890,379	90%	110,681,225	92%
Con problemas potenciales	2,834,399	3%	982,886	5%	3,817,285	3%
Deficiente	1,343,599	1%	735,380	4%	2,078,979	2%
Dudoso	1,492,453	1%	156,464	1%	1,648,917	1%
Pérdida	2,024,019	2%	79,587	0%	2,103,606	2%
	100,485,316	100%	19,844,696	100%	120,330,012	100%

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
5. Otros Activos y otros pasivos		
(a) A continuación se presenta la composición del rubro:		
Otros Activos		
Instrumentos financieros:		
Cuentas por cobrar	712,052	1,127,958
Cuentas por cobrar por instrumentos derivados	830,335	672,841
Operaciones en trámite	46,163	119,340
	1,588,550	1,920,139
Instrumentos no financieros:		
Activo diferido por impuesto a la renta, neto	411,791	421,479
Cargas diferidas	862,295	177,216
Bienes Adjudicados Neto	137,263	128,670
Crédito mercantil e intangibles, neto	1,422,204	1,318,647
Crédito fiscal	258,067	200,333
Otros	311,935	290,445
	3,403,555	2,536,790
Total	4,992,105	4,456,929
(b) A continuación se presenta la composición del rubro:		
Otros Pasivos		
Instrumentos financieros:		
Cuentas por pagar	836,635	787,144
Cuentas por pagar por instrumentos derivados	788,475	619,703
Sueldos, impuestos y otros gastos de personal	619,928	589,349
Provisión para pérdidas de créditos indirectos	364,272	348,395
Cuentas por pagar por arrendamiento	810,345	-
Operaciones en trámite	71,097	146,966
	3,490,752	2,491,557
Instrumentos no financieros:		
Tributos por pagar	501,600	444,242
Provisión para riesgos diversos	259,068	255,565
	760,668	699,807
Total	4,251,420	3,191,364

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
6. Depósitos y Obligaciones		
a) A continuación se presenta la composición del rubro:		
Depósitos y obligaciones que no generan intereses -		
En el Perú	25,927,516	23,089,177
En otros países	444,912	482,072
	26,372,428	23,571,249
Depósitos y obligaciones que generan intereses -		
En el Perú	72,591,589	68,737,700
En otros países	221,661	522,295
	72,813,250	69,259,995
	99,185,678	92,831,244
Intereses por pagar	247,485	202,453
Total	99,433,163	93,033,697
b) A continuación se presentan los depósitos y obligaciones por tipo de transacción:		
Cuentas corrientes	32,200,968	29,464,931
Ahorros	32,867,095	30,335,795
Depósitos a plazo (d)	25,039,955	24,582,280
Compensación por tiempo de servicios	7,897,199	7,571,375
Certificados bancarios	1,180,461	876,863
Total	99,185,678	92,831,244
c) Los depósitos a plazo se clasifican por vencimiento de la siguiente manera:		
Hasta 3 meses	13,688,228	14,281,298
De 3 meses a 1 año	7,250,873	6,907,203
De 1 a 3 años	3,818,419	3,026,397
De 3 a 5 años	248,402	350,539
Más de 5 años	34,033	16,843
Total	25,039,955	24,582,280

	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
7. Deudas a bancos, corresponsales y otras entidades		
a)		
Préstamos de fondos internacionales y otros	5,708,685	5,611,533
Líneas de crédito promocionales	2,938,981	2,389,086
Interbancarios	205,013	547,341
	8,852,679	8,547,960
Intereses por pagar	12,631	35,929
Total bancos y corresponsales	8,865,310	8,583,889

Banco de Crédito del Perú y Subsidiarias

Al 31 de diciembre del 2019 y 2018

Expresado en miles de soles

	Tasa de interés anual ponderada %	Pago de interés	Vencimiento	Importe original emitido (000)	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
8. Bonos y notas emitidas						
Emisiones locales						
Bonos corporativos						
Cuarto programa						
Décima emisión (Serie A) – BCP	7.25	Semestral	Diciembre 2021	S/ 150,000	149,956	149,935
Décima emisión (Series B y C) – BCP	Entre 5.31 y 5.50	Semestral	Entre oct. y nov. 2022	S/ 400,000	399,758	399,677
Primera emisión (Serie A) – Mibanco	6.56	Semestral	Julio 2018	S/ 100,000	-	-
Primera emisión (Serie B) – Mibanco	7.16	Semestral	Junio 2019	S/ 100,000	-	100,000
Quinto programa						
Primera emisión (Serie A, B, C y D) – BCP	Entre 5.59 y 6.41	Semestral	Entre abril 2019 y enero 2020	S/ 643,690	182,400	643,392
Tercera emisión (Serie A, B, C y D) – BCP	Entre 3.88 y 4.88	Semestral	Entre julio 2021 y agosto 2022	S/ 264,940	263,971	112,970
					996,085	1,405,974
Bonos subordinados						
Primer programa						
Primera emisión (Serie A) – BCP	6.22	Semestral	Mayo 2027	S/ 15,000	15,000	15,000
Segundo programa						
Primera emisión (Serie A) – Mibanco	8.50	Semestral	Mayo 2026	S/ 100,000	100,000	100,000
Primera emisión (Serie B) – Mibanco	7.22	Semestral	Junio 2027	S/ 30,000	30,000	30,000
Tercer programa						
Cuarta emisión (Serie A) – Mibanco	6.19	Semestral	Diciembre 2022	S/ 40,000	-	40,000
Quinta emisión (Serie A y B) – Mibanco	7.75	Semestral	Julio 2024	S/ 88,009	-	88,009
					145,000	273,009

	Tasa de interés anual ponderada %	Pago de interés	Vencimiento	Importe original emitido (000)	2019 S/ (000)	2018 S/ (000)
Certificado de depósito negociables						
Tercer Programa						
Certificado de depósito negociable – Mibanco	Entre 1.8 y 5.9	Anual	Entre enero 2018 y enero 2024	S/ 2,998	997	1,190
Total emisiones locales					1,142,082	1,680,173
Emisiones internacionales - BCP						
Notas senior	Entre 2.70 y 5.38	Semestral	Entre setiembre 2020 y enero 2025	US\$1,074,628	3,468,793	2,676,065
Bonos subordinados	6.13	Semestral	Abril 2027	US\$720,000	2,383,860	2,436,615
Notas senior	Entre 4.65 y 4.85	Semestral	Entre octubre 2020 y setiembre 2024	S/. 2,900,000	2,877,485	1,993,551
Notas senior	4.25	Semestral	Abril 2023	US\$716,301	2,323,065	2,348,651
Notas senior	Libor 3M + 1.0%	Trimestral	Marzo 2021	US\$70,000	231,738	-
Bonos subordinados	6.88	Semestral	Setiembre 2026	US\$350,000	1,549,702	1,559,868
Notas senior	2.25	Semestral	Octubre 2019	US\$300,000	-	1,009,241
Bonos subordinados junior	9.75	Semestral	Noviembre 2069	US\$250,000	-	840,543
Certificados de depósito negociables subordinados	Libor 3M + 2.79%	Trimestral	Noviembre 2021	US\$2,960	9,809	9,984
Notas senior	0.42	Semestral	Agosto 2021	¥5,000,000,000	151,888	-
Total emisiones internacionales					12,996,340	12,874,518
Total emisiones locales e internacionales					14,138,422	14,554,691
Intereses por pagar					174,504	182,137
Total					14,312,926	14,736,828

Anexos



Anexos

Directorio, Comité Ejecutivo y Comité de Riesgos

Directorio	
Dionisio Romero P.	Presidente
Raimundo Morales	Vicepresidente ¹
Fernando Fort	Director
Benedicto Cigüeñas	Director ¹
Juan Carlos Verme	Director ¹
Eduardo Hochschild	Director ¹
Roque Benavides	Director ¹
Luis Enrique Romero	Director
Irzio Pinasco	Director ¹
Pedro Rubio	Director
Luis Montero	Director ¹
Bárbara Bruce	Director ¹
Patricia Lizárraga	Director ¹
Martín Pérez	Director ²

Comité Ejecutivo	
Dionisio Romero P.	Presidente
Raimundo Morales	Vicepresidente
Benedicto Cigüeñas	Director
Fernando Fort	Director
Juan Carlos Verme	Director
Martín Pérez	Director
Pedro Rubio	Director

Comité de Riesgos	
Benedicto Cigüeñas	Presidente
Dionisio Romero P.	Director
Raimundo Morales	Director
Pedro Rubio	Director
Gianfranco Ferrari	Gerente General
César Ríos	Gerente Central de Planeamiento y Finanzas
Reynaldo Llosa	Gerente Central de Riesgos
Edgar Vicente	Gerente de División de Administración de Riesgos
José Esposito	Observador permanente

¹ Director Independiente

² Director Suplente

Gerencia

Gerencia General

Gianfranco Ferrari

Gerente General

Gerencias Centrales

Diego Cavero

Gerente Central de Banca Mayorista

Eduardo Gómez de la Torre

División de Banca Corporativa e Internacional

César Stuart

Banca Corporativa

Andrés Arredondo

BCP Miami

Pierre Zaván

División de Banca Empresarial

Esther de la Fuente

Banca Empresas Lima 1

Guillermo Wiese

Banca Empresas Lima 2

Alonso Vizcarra

Banca Empresas Lima 3

Jenny Oliveros

Banca Institucional y Banca Empresa Provincias

Alejandro Torres

Tribu Productos Transaccionales

Mónica Rivas

Tribu Productos Crediticios

Giovanna Garma

Tribu Canales Digitales para Empresas

Guadalupe Meléndez

Planeamiento Estratégico y Desarrollo de Negocios

Percy Urteaga

Gerente Central de Banca Minorista y Canales Comerciales

Arturo Johnson

División de Canales de Atención

Viviana Chiappe

Comercial Lima 1

Gustavo Ledesma

Comercial Lima 2

Ricardo Rivas

Comercial Provincias 1

Lysette Velarde

Comercial Provincias 2

Paloma Jiménez

Centro de Contacto y Ventas

Francesco Piaggio

Planeamiento y Transformación de la Experiencia Comercial

Nancy Tueros

Negocios de Banca Minorista

Marina Inga

Banca Afluente

Victoria de las Casas

Planeamiento de Banca Minorista

Fernando Muñoz

Tribu Pyme y Negocio

Alberto del Solar

Segmentos Personas

Cynthia Ríos

CoE CRM Operativo

César Casabonne

División de Productos y Canales Digitales

Antonio Muñoz

Medios de Pago

Rocío Perez-Egaña

Préstamos, Inversiones y Productos Transaccionales

Makaly Rivera

Banca Seguros

Eduardo Benavides

Negocios Hipotecarios

Jorge Luis Flores	Tribu Canales Digitales
Rosa Cigüeñas	Tribu Canales Alternativos
Patricia Dibós	División Gestión de Patrimonios
Patricia Dibós	Banca Privada
Óscar Falero	Asesoría de Patrimonios
Antonio Risso	Asesoría de Inversiones
César Ríos	Gerente Central de Planeamiento y Finanzas
José Luis Muñoz	División de Contabilidad General
Martha Huapaya	Contabilidad Corporativa
Michel Flit	División de Planeamiento y Control Financiero
Malena Funegra	Planeamiento Estratégico y Presupuesto
Cesar Sanguinetti	Análisis y Control Financiero
Daniela León	Análisis Financiero y Pricing
Pablo Hurtado	División de Tesorería
Rocío Benavides	ALM Business Unit
Carla Urteaga	Productos y Ventas de Tesorería
Fernando Pinglo	Trading y Estructuración
Carlos Prieto	Estudios Económicos
Vanessa Abram	Gestión de Eficiencia y Productividad
Milagros Cigüeñas	Relaciones con Inversionistas
Oscar Gibaja	Negociación de Compras
Mauricio Abras	BCP Panamá
Reynaldo Llosa Benavides	Gerente Central de Riesgos
Pablo Miñán	División de Créditos
Javier Gómez	Créditos Banca Corporativa
Javier Puiggrós	Créditos Banca Empresa, Bancos y Corporativos del Exterior
Erick Hurtado	Créditos Banca Empresa San Isidro - Cronos
Cristina Arias	Cuentas Especiales y Seguimientos de Créditos
Maricarmen Torres	División de Riesgos Banca Minorista
Florencia Etcheber	Riesgos Personas
Yanett Aybar	Riesgos Pyme
José Luis Chávez	Riesgos Banca Negocios
Harold Marcenaro	División de Administración de Gestión de Riesgos
Luis Almandoz	División de Soluciones de Pago
Edgar Vicente	División de Administración de Riesgos
Hugo Enrique Samander	Adm. de Riesgos de Operación

David Hernández	Modelamiento y Metodologías para la Gestión del Riesgo
Rafael Hurtado	Riesgos de Mercado
Dante Tosso	Adm. de Riesgos de Crédito y Gestión Corporativo de Riesgo
Jorge Mesones	Administración de Riesgos de Modelo
Francesca Raffo	Gerente Central de Transformación
Pablo Correa	División de Clientes Contentos
Anna Lenka Jaúregui	Marketing y Experiencia del Cliente
Jorge Jenkins	Proyectos de Disrupción
David Saenz	División Tecnologías de Información
Maria Luisa Polo	Ingeniería y Desarrollo de TI
Francisco Jiménez	Infraestructura y Operaciones de TI
Enrique Sánchez	Arquitecturas de TI
Gustavo Valdés	Soluciones de Negocios
Leandro Rocha	División Data & Analytics
Juan Taboada	CoE Advanced Analytics
Marcelo Almeyda	CoE Data
Luis Felipe de la Fuente	Servicios para los Clientes
Otras Gerencias	
Enrique Pasquel	División de Asuntos Corporativos
Bernardo Sombra	División de Gestión y Desarrollo Humano
Marco Bojórquez	Corporativa de Compensaciones
Silvia Luperdi	Transformación Cultural e Innovación en GDH
Rosella Acosta	Experiencia del Colaborador
Luis Verástegui	Asesoría y Gestión del Cambio
Andrea Sánchez – Salazar	Transformación AGIL
Martín Ibérico	Infraestructura
Carlos Niezen	División de Estrategia y Desarrollo de Negocios
Guillermo Morales	División de Legal y Secretaría General
Héctor Calero	Asesoría Legal
Karina Loncharich	Unidades Legales
Miriam Böttger	Secretaría General
Bárbara Falero	División de Cumplimiento Corporativo
José Espósito	División de Auditoría
César Martínez	Auditoría de Riesgos Corporativos
Enzo Tolentino	Auditoría Continua
Luis Alfonso Carrera	División de Yape
Rufino Arribas	Tribu Yape Personas
Lucía Barrantes	Tribu Yape Empresas

Honorarios de Auditores Externos en el año 2018

Banco de Crédito - BCP y Subsidiarias

Años terminados el 31 de diciembre

(Miles de nuevos soles)	2017	2018	2019
Auditoría	4,926	6,652	8,235
Relacionados a Auditoría	583	-	-
Impuestos	84	7	242
Otros	-	57	53
Total	5,593	6,716	8,530

Conforme a la Resolución SBS N° 17026-20100 se informa sobre los honorarios a los auditores independientes Gaveglio Aparicio y Asociados S.C.R.L. (2019, 2018 y 2017), los mismos que se definen a continuación, de acuerdo a dicha resolución:

- » Bajo la denominación Honorarios de Auditoría, se deberá revelar el total de los honorarios por los servicios de auditoría prestados por la empresa auditora por cada uno de los tres últimos ejercicios.
- » Bajo la denominación Honorarios relacionados a auditoría, se deberá revelar el total de honorarios por los servicios prestados por las empresas auditoras por servicios de asesoría y servicios relacionados al desarrollo de la auditoría o revisión de los estados financieros de la empresa y que no están revelados en el párrafo anterior. La empresa revelará la naturaleza de los servicios comprendidos en esta categoría.

» Bajo la denominación Honorarios de Impuestos, se deberá revelar el total de honorarios facturados en los últimos tres ejercicios por servicios profesionales prestados para el cumplimiento tributario, asesoría de impuestos y planificación tributaria. La empresa revelará la naturaleza de los servicios comprendidos en esta categoría.

» Bajo la denominación Otros Honorarios, se revelará el total de honorarios facturados en los tres últimos por productos y servicios prestados distintos a los incluidos en los puntos anteriores. La empresa revelará en forma resumida la naturaleza de los servicios comprendidos en esta categoría.

Todos los honorarios fueron aprobados por el Comité de Auditoría.

Sanciones impuestas por la SBS

La Resolución SBS N° 2755-2018, de fecha 16 de julio de 2018, exige que el Directorio ponga en conocimiento de la Junta General de Accionistas las sanciones impuestas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) al Banco, a sus directores, a sus gerentes Gerente General o a sus principales funcionarios, trabajadores, por la comisión de infracciones graves y muy graves.

En este sentido, debemos informar que en el año 2019 la SBS impuso al banco una multa equivalente a 84 UIT por la comisión de la infracción grave tipificada en el numeral 35B, rubro II del Anexo N° 2 del Reglamento de Sanciones (Expediente N° 2018-16470).

Cotizaciones mensuales de las acciones comunes y valores representativos de deuda

Banco de Crédito del Perú Renta Variable

Código ISIN	Nemónico	Año-Mes	Cotizaciones 2019				Precio Promedio S/
			Apertura S/	Cierre S/	Máxima S/	Mínima S/	
PEP 120001008	CREDITC1	2019-01	5.87	5.95	5.95	5.81	5.88
PEP 120001008	CREDITC1	2019-02	6.00	6.00	6.50	5.95	6.13
PEP 120001008	CREDITC1	2019-03	6.00	6.10	6.12	5.86	6.00
PEP 120001008	CREDITC1	2019-04	6.10	5.98	6.30	5.85	5.98
PEP 120001008	CREDITC1	2019-05	6.00	6.00	6.20	5.90	6.10
PEP 120001008	CREDITC1	2019-06	6.01	5.30	6.14	5.15	5.52
PEP 120001008	CREDITC1	2019-07	5.25	5.20	5.41	5.18	5.27
PEP 120001008	CREDITC1	2019-08	5.19	5.00	5.20	4.90	5.02
PEP 120001008	CREDITC1	2019-09	4.99	5.14	5.15	4.92	5.05
PEP 120001008	CREDITC1	2019-10	5.15	5.35	5.41	5.13	5.28
PEP 120001008	CREDITC1	2019-11	5.31	5.25	5.45	5.00	5.26
PEP 120001008	CREDITC1	2019-12	5.25	5.40	5.45	5.20	5.25

Banco de Crédito del Perú Renta Fija

Código ISIN	Nemónico	Año-Mes	Cotizaciones 2019				Precio Promedio S/
			Apertura S/	Cierre S/	Máxima S/	Mínima S/	
PEP 12000M287	CRED4BC10B	2019-03	102.0633	102.0633	102.0633	102.0633	102.0633
PEP 12000M295	CRED4BC10C	2019-08	103.9651	103.9651	103.9651	103.9651	103.9651
PEP 12000M295	CRED4BC10C	2019-12	105.6039	105.6039	105.6039	105.6039	105.6039
PEP 12000M337	CREDI5BC1D	2019-04	101.3105	101.3105	101.3105	101.3105	101.3105
PEP 12000M337	CREDI5BC1D	2019-11	100.3806	100.3806	100.3806	100.3806	100.3806
PEP 12000M337	CREDI5BC1D	2019-12	100.1869	100.1869	100.1869	100.1869	100.1869
PEP 12000M345	CREDI5BC3A	2019-03	99.7890	99.7890	99.7890	99.7890	99.7890
PEP 12000M345	CREDI5BC3A	2019-12	101.5724	101.5724	101.5724	101.5724	101.5724
PEP 12000M360	CREDI5BC3C	2019-12	100.8039	100.8039	100.8039	100.8039	100.8039

Resolución SMV N°033-2015-SMV/01

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA (10180)

Denominación

Banco de Crédito del Perú S.A.

Ejercicio

2019

Página Web

www.viabcp.com

Denominación o razón social de la
empresa revisora¹

¹Solo es aplicable en el caso en que la información contenida en el presente informe haya sido revisada por alguna empresa especializada (por ejemplo: sociedad de auditoría o empresa de consultoría).

Sección A

IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

Pregunta A.1	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad se ha adherido voluntariamente a estándares de buenas prácticas en materia de Sostenibilidad Corporativa?	X		Sí, como parte del grupo Credicorp, el BCP se guía por su Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En un esfuerzo por lograr un desarrollo sostenible, el BCP ha suscrito una serie de compromisos cuyos principios inciden en la generación de valor para sus grupos de interés: Pacto Mundial, Carbon Disclosure Project, Principios del Ecuador y Asociación de Buenos Empleadores (ABE).

En caso de ser afirmativa la respuesta indicar el estándar y fecha de adhesión:

Estándar	Fecha de adhesión
Asociación de Buenos Empleadores	05/12/2006
Pacto Mundial (ONU)	13/05/2009
Carbon Disclosure Project	21/01/2010
Principios de Ecuador	22/01/2013

En caso de elaborar informes o reportes de sostenibilidad distintos al presente reporte, indique la información siguiente:

Estos reportes se elaboran:	SÍ	NO
Voluntariamente	X	
Por exigencia de inversionistas		
Por exigencia de instituciones públicas		
Otros (detalle):		

Dichos informes o reportes pueden ser de acceso a través de:

El Portal de la SMV	X
Página web corporativa	X
Redes Sociales	
Otros / Detalle	

Pregunta A.2	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad tiene una política corporativa que contemple el impacto de sus actividades en el medio ambiente?	X		Sí, la Política de RSE y la de Relaciones con Grupos de Interés de Credicorp. El BCP mantiene un sólido compromiso con el medio ambiente, con especial foco en la lucha contra el cambio climático, el fomento de la eficiencia energética y la gestión responsable de sus residuos. Es por ello que realiza la medición y auditoría de los Gases de Efecto Invernadero de sus actividades.

a. En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta A.2 indicar el documento societario en el que se regula dicha política y el órgano que lo aprueba.

Documento	Órgano
Política de Responsabilidad Social Empresarial de Credicorp	Directorio Credicorp
Política de Relaciones con Grupos de Interés de Credicorp	Directorio Credicorp

b. ¿La sociedad cuantifica las emisiones de gases de efecto invernadero que son generadas en sus actividades (huella de carbono)?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta indique los resultados obtenidos:

Durante el 2019, las emisiones correspondientes al Alcance 1 y Alcance 2 fue de 12,062.48 tCO₂eq. A su vez, las emisiones de nuestro alcance 3 fueron de 18,681.78 tCO₂eq.

c. ¿La sociedad cuantifica y documenta el uso total de la energía utilizada en sus actividades?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta indique los resultados obtenidos:

El consumo de energía interno durante el 2019 del BCP según clasificación es la siguiente:

Consumo directo de energía

6,529.55 Gj. Este consumo está compuesto por fuentes no renovables (gasolina, diésel y GLP) utilizados para el funcionamiento de grupos electrógenos, cocinas y vehículos propios de la empresa, además del consumo de energía por el uso de combustible fósil en maquinaria estacionaria.

Consumo indirecto de energía

225,447.22 Gj. Este consumo está compuesto por la energía eléctrica consumida por las oficinas y agencias del BCP a nivel nacional.

d. ¿La sociedad cuantifica y documenta el total de agua utilizada (huella hídrica) en sus actividades?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta indique los resultados obtenidos:

Durante el año 2019, el BCP consumió 589,429.52 m³.

e.¿La sociedad cuantifica y documenta los residuos que genera producto de sus actividades?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta indique los resultados obtenidos:

Durante el año 2019, el BCP generó un total de 100,351 Kg. de residuos.

Pregunta A.3 ¹	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad tiene una política para promover y asegurar los principios y derechos fundamentales en el trabajo de sus colaboradores?	X		Sí, el BCP cuenta con el Reglamento Interno de Trabajo y la Política Corporativa de Ética y Conducta. Asimismo, el Banco está adherido a los Principios del Pacto Mundial de la ONU desde el año 2009 para prevenir cualquier violación de los derechos humanos, derechos laborales, proteger el medio ambiente y promover la lucha contra la corrupción. Cuenta además con la Política de RSE y la de Relaciones con Grupos de Interés de Credicorp.

a.En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta A.3 indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Reglamento Interno del Trabajo	Gerencia de Procesos de Gestión de Desarrollo Humano
Política Corporativa de Ética y Conducta	Gerencia División Cumplimiento Corporativo
Política de Responsabilidad Social Empresarial de Credicorp	Directorio Credicorp
Política de Relaciones con Grupos de Interés	Directorio Credicorp

b.¿La sociedad lleva un registro de accidentes laborales?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

En caso de ser afirmativa su respuesta indicar el área encargada de llevar el registro y de quien depende jerárquicamente dicha área.

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Gerencia de Cumplimiento Normativo	División de Cumplimiento

c.¿La sociedad tiene un plan de capacitación o formación para sus colaboradores?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

En caso de ser afirmativa su respuesta indicar el órgano societario que aprueba dicho plan y la periodicidad con que evalúa el cumplimiento de dicho plan:

Órgano	Periodicidad de evaluación
División Gestión Desarrollo Humano	Anual

¹De acuerdo con la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, adoptada en 1998, los principios y derechos se encuentran comprendidos en las siguientes cuatro categorías: (i) la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, (ii) la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, (iii) la abolición del trabajo infantil y, (iv) la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

d.¿La sociedad realiza encuestas o evaluaciones referentes al clima laboral?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta indique los resultados obtenidos:

El BCP tiene el objetivo de convertirse en la mejor opción para trabajar en el Perú. Por ello, una de sus aspiraciones es ser la comunidad laboral de preferencia en el país, por ello miden anualmente el Clima Laboral, obteniendo en el 2019 una favorabilidad de 83%, con una participación de 90% de los colaboradores.

Pregunta A.4	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para su relación con las comunidades con las que interactúa?	X		Sí, la Política de Responsabilidad Social Empresarial y de Relaciones con Grupos de Interés de Credicorp.

a.En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta A.4 indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Política de Responsabilidad Social	Comité de Gobierno Corporativo de Credicorp
Política de Relaciones con Grupos de Interés	Comité de Gobierno Corporativo de Credicorp

b.¿La sociedad ha afrontado conflictos sociales (huelgas, marchas, otros) en la comunidad donde tiene sus actividades principales a consecuencia de sus operaciones?

SÍ		NO	X
-----------	--	-----------	---

En caso de que su respuesta sea afirmativa, explique el impacto de dichos conflictos sociales en la actividad de la sociedad.

--

c.¿La sociedad trabaja en colaboración con la comunidad en la creación conjunta de valor, incluyendo la identificación y solución de sus principales problemas comunes?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

d.¿La sociedad invierte en programas sociales en la comunidad donde tiene sus actividades principales?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

De ser afirmativa su respuesta, indique el porcentaje que representa su inversión en dichos programas respecto a los ingresos brutos, según los estados financieros de la sociedad:

(%) Ingresos Brutos	0.07
---------------------	------

Pregunta A.5	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para gestionar la relación con sus proveedores?	X		Sí, Política de Gestión de Proveedores, Política de Formalización de contratos con Proveedores de Bienes y Servicios, Política de RSE y de Relaciones con Grupos de Interés de Credicorp.

a. En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta A.5 indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Política de Gestión de Proveedores	Gerencia de División de Cumplimiento Corporativo Gerencia de Área Servicios Compartidos Gerencia de División Operaciones, administración y eficiencia
Política de Formalización de contratos con Proveedores de Bienes y Servicios	Comité de Administración de Riesgos de Operación BCP

b. ¿La sociedad lleva un registro actualizado de sus proveedores?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

En caso de ser afirmativa su respuesta indicar el área encargada de llevar el registro y de quien depende jerárquicamente dicha área.

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Gerencia de Control Interno	Gerencia de Área de Administración

c. ¿La sociedad tiene un criterio para la selección de proveedores que contemple aspectos éticos y el cumplimiento de la legislación laboral?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

d. ¿La sociedad tiene una política de compra o contratación que seleccione a proveedores que cumplen con estándares de gestión sostenible o medio ambientales?

SÍ	X	NO	
-----------	---	-----------	--

Pregunta A.6	SÍ	NO	Explicación:
¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para la gestión de las relaciones con sus clientes?	X		Código de Ética Política Corporativa de Ética y Conducta Política de Relaciones con Grupos de Interés Política de RSE de Credicorp Políticas generales -Solicitudes de clientes - Reclamos

a. En caso de ser afirmativa su respuesta indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Código de Ética	Directorio Credicorp
Política Corporativa de Ética y Conducta	Gerencia División Cumplimiento Corporativo
Política de Relaciones con Grupos de Interés	Directorio Credicorp
Política de RSE de Credicorp	Directorio Credicorp
Políticas Generales – Solicitudes de Clientes - Reclamos	Gerencia de Área Servicios para los Clientes

b. ¿La sociedad lleva un registro actualizado de reclamos de sus clientes?

sí	X	NO	
-----------	---	-----------	--

En caso de ser afirmativa su respuesta indicar el área encargada de llevar el registro y de quien depende jerárquicamente dicha área.

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Gerencia de Área de Servicios para los Clientes	Gerencia de División Clientes Contentos

c. ¿La sociedad cuenta con canales de atención permanentes para la atención al público y para la recepción de sugerencias y reclamos relativos a los productos y servicios que brinda?

sí	X	NO	
-----------	---	-----------	--

d. ¿La sociedad ha recibido algún reconocimiento por la calidad en el servicio de atención a sus clientes?

sí	X	NO	
-----------	---	-----------	--

En caso de ser afirmativa su respuesta indique los reconocimientos obtenidos:

El BCP ha sido reconocido como la segunda marca más valorada del Perú en 2019, según Brandz Perú Top 20, que elaboró la División Insights de Kantar. Además, la XVIII Encuesta Anual de Ejecutivos realizada por CCL reconoció al BCP como la mejor empresa en las categorías de Banca Empresarial, Banca Pyme, Banca Personal y Aplicación para Operaciones Bancarias.

Contactos

BANCO DE CRÉDITO BCP

Sede Central, Lima

Calle Centenario 156, La Molina
Lima 12, Perú
Teléfono (511) 313-2000

OFICINAS DEL EXTERIOR

Miami, Estados Unidos de América

121 Alhambra Plaza, Suite 1200
Coral Gables, Florida 33134
Estados Unidos de América
Teléfono (305) 448-0971
Fax (305) 448-0981

Panamá, República de Panamá

Calle 50 y Elvira Méndez
Edificio Tower Financial Center, piso 13
Corregimiento de Bella Vista, Ciudad de Panamá
República de Panamá
Teléfono (507) 2 215-7311
Fax (507) 2 215-7324
Casilla Postal 0819-01233

MIBANCO

Sede Central, Lima

Av. República de Panamá 4575, Surquillo
Lima, Perú
Teléfono (511) 319-9999

