



Unidades de Apoyo

Calidad

La Misión del Banco de Crédito es la de Servir al cliente, y para llevarla a cabo los factores preponderantes son la calidad de los productos y servicios que se ofrecen, así como la de los recursos humanos, que determinan cómo se ejecutan y entregan estos servicios.

El Area de Calidad, encargada de diseñar y liderar los programas de mejora en el servicio, inició sus actividades en 1998, y desarrolla sus principales iniciativas a través de los programas de Mejora Continua y Cultura de Calidad, proporcionando además acciones puntuales complementarias. Para contribuir a crear una profunda conciencia de calidad de servicio, el Area de Calidad ofrece diversas comunicaciones por distintos medios y modalidades, incluyendo un video institucional para promocionar nuestra institución entre clientes e inversionistas.

A lo largo del 2001, el programa de Mejora Continua ha identificado a través de estudios los procesos críticos de cada segmento, desarrollando 25 proyectos de mejora de calidad, involucrando el trabajo de 205 personas de las distintas unidades del Banco que participan en estos procesos. En Banca Personal los proyectos trataron procesos de tarjetas de crédito, productos inmobiliarios, de ahorro, solicitudes de crédito personal y solicitudes víaBCP, y Credimás. Se logró la certificación del sistema ISO 9000 para los productos Tarjeta de Crédito y Crédito Hipotecario. En los procesos con clientes destacan los proyectos de reclamos, envío de solicitudes, actualización de datos, expedición, Comunica-T, entre otros.

Con el Programa de Cultura de Calidad, el Banco de Crédito pretende lograr y superar no sólo acciones de calidad sino también infundir en el personal una mentalidad y filosofía de servicio al cliente. Bajo este programa se han efectuado 27,830 horas de capacitación en Calidad de Servicio, dirigidas a 3,527 trabajadores.

Para medir la calidad del personal en contacto con el público se ha entrevistado a 22,700 clientes para preguntarles su opinión. De esas entrevistas 19,900 fueron hechas en nuestras oficinas en el ámbito nacional. Los resultados de esta medición han sido: 93% de clientes están satisfechos con los servicios de nuestras oficinas, de los cuales el 51% se considera totalmente satisfecho.

Créditos

La División de Créditos establece las políticas generales de créditos, supervisa los procesos de aprobación y dicta las pautas para uniformar el análisis para la aprobación de préstamos en todas las unidades de negocios del Banco, con la finalidad de lograr los más altos niveles de calidad de cartera.

Durante el ejercicio y mediante el trabajo coordinado entre Riesgo Crediticio y las distintas unidades de negocios, se ha logrado la revisión detallada y la actualización de los requerimientos y condiciones que debe reunir las distintas modalidades de colocaciones. Asimismo, se están llevando a cabo revisiones en el proceso de evaluación de propuestas de Banca Empresas, que permitirán reducir los tiempos de procesamiento, manteniendo la calidad de la evaluación. Esta mejora se hará extensiva a los procesos de las otras unidades del Banco.

Durante este año, el Area de Seguimiento y Control de Créditos continuó desarrollando su función de evaluar permanentemente la calidad y orden de la cartera de créditos, verificando el adecuado cumplimiento de las políticas de la institución y de las condiciones establecidas en las propuestas y contratos de créditos.

El Area efectuó también la coordinación de la aplicación de los Programas de Rescate Financiero Agrícola (RFA) y de Fortalecimiento Patrimonial de Empresas (FOPE), con un éxito importante en el primer caso.

En lo que respecta a la aplicación del Programa RFA, el Banco tuvo una participación muy activa, concretando hasta el cierre del año un total de 251 operaciones de refinanciación de créditos agrícolas por un monto total de US\$55 millones, de los cuales se recuperó en Bonos de Reactivación un monto de US\$16 millones, equivalente al 71% del total de bonos entregados a todas las empresas del sistema financiero. Asimismo, como parte de los requerimientos del Programa, el Banco condonó deudas agrícolas por aproximadamente US\$13 millones.

Unidad de Riesgo de Mercado

La Unidad de Riesgo de Mercado se encarga de desarrollar y ejecutar las políticas de medición y control de los riesgos de liquidez y precio en los que



incurrir el Banco en sus operaciones e inversiones. Para ello ha establecido políticas y procedimientos de cálculo y valorización de los diferentes productos expuestos a tales riesgos. Esta unidad es independiente de las áreas de negocios que asumen riesgos de mercado y de las encargadas de registrar estas operaciones.

En el Banco, el riesgo de liquidez se mide mensualmente a través de la “Brecha de Plazos”, metodología por la cual se proyecta el flujo futuro programado de efectivo proveniente de las amortizaciones y vencimientos de los activos y pasivos, con el fin de prever si el monto de los activos que vencen en determinados plazos será suficiente para cumplir con las obligaciones en dichos periodos. Durante el 2001 el Banco ha mantenido posiciones holgadas de liquidez en moneda nacional y extranjera.

Para el año 2002 se tiene como objetivo efectuar las proyecciones de la “Brecha de Plazos” con periodicidad semanal, para tener una información más frecuente y oportuna sobre la posición de efectivo del Banco.

Para la medición del riesgo por fluctuaciones en los precios se utiliza la metodología de “Brecha de Tasa de Interés” y “Valor en Riesgo” (VaR).

La “Brecha de Tasas de Interés” mide mensualmente la exposición del margen financiero del Banco a cambios en las tasas de interés. Esta metodología ha sido complementada con la “Brecha de Duración”, que mide el impacto en el valor de mercado de los activos y pasivos ante variaciones en las tasas de interés de mercado.

El “VaR” se aplica a los productos administrados por la división de Mercado de Capitales que están afectos al riesgo de precio. Mediante esta metodología se calcula diariamente la pérdida potencial de los portafolios de diversos productos en un escenario desfavorable de cambios en los precios y con un determinado margen de confianza estadística. Esta metodología se aplica para la cartera de inversiones en renta variable, bonos Brady y las operaciones de cambios “spot” y “forward”. El Banco ha establecido límites y alertas “stop loss” en función de las máximas pérdidas potenciales que está dispuesto a asumir en cada portafolio en escenarios desfavorables de mercado.

Durante el 2002 se espera incorporar a la metodología del “VaR” el portafolio de renta fija y los nuevos derivados financieros que se incorporen en las transacciones del Banco.

Mercadeo

Durante el año 2001 el Área de Marketing concentró sus esfuerzos en la consolidación de los productos de ahorros, tarjetas de crédito y débito, y créditos

hipotecarios; en el desarrollo de herramientas para mejorar la eficiencia de la fuerza de ventas; y en el lanzamiento de campañas multiproducto.

En el producto ahorros se realizó el exitoso lanzamiento de los Planes de Ahorro, que nos coloca como el único banco en el país que ofrece distintas opciones de ahorro, dependiendo de las necesidades de los clientes. En el campo de las tarjetas de crédito se vivió un año de intensos desafíos. Las grandes tiendas comerciales impulsaron el uso de sus tarjetas ampliando su aceptación en otros establecimientos afiliados, extendiéndose a provincias y continuaron con descuentos y promociones exclusivas por pagos con sus tarjetas. A pesar de la mayor competencia, el Banco consiguió un incremento en la facturación aplicando la estrategia de penetración en segmentos de mercado con menor uso relativo de tarjetas. Adicionalmente, a fines de año, la tarjeta Credibank amplió su funcionalidad permitiendo a nuestros clientes el pago de sus consumos en cuotas, lo cual se adapta mejor a las necesidades y costumbres de compra de un grupo importante de ellos. Al éxito de Credibank se suma el avance de American Express, que concentró su actividad en segmentos más selectos de nuestra clientela. Por último, los programas de fidelidad Travel y Bonus continuaron su tendencia ascendente en el canje de puntos y millas.

En el campo de las tarjetas de débito se realizaron continuas promociones para difundir el hábito de compra con esta tarjeta en sustitución del efectivo, con lo que la tarjeta Credimás se vio favorecida específicamente en el campo de las compras en establecimientos. Con los créditos personales se logró un aumento importante en las colocaciones, lo cual es notable dado el difícil entorno recesivo de la economía. A pesar de la competencia, se recuperó el liderazgo en las colocaciones de créditos hipotecarios, alcanzando un 25% de participación de mercado. Asimismo, se reforzó la vinculación con nuestros clientes con la promoción "Casa Gratis" que se sumó a los beneficios de "Retorno" y "Descuento".

Con respecto a la venta de seguros, se lanzó el producto Vida Retorno, que es el primer producto de seguros del Banco con un componente financiero, y permitió colocar más de seis mil pólizas en el semestre de su lanzamiento.

Entre las principales metas del año 2002 se tiene la aplicación de modernas técnicas de ventas y retención de clientes, se continuará mejorando la eficiencia y calidad de los procesos operativos, y se promoverá la imagen de solidez del Banco, lo que nos permitirá continuar a la vanguardia en la oferta de servicios financieros. Se pondrá especial énfasis en mantener el liderazgo en los segmentos de mayores márgenes y penetrar en aquellos no bancarizados, tareas que se apoyarán con servicios transaccionales, con la apertura de nuevas oficinas y con la dedicación especial en favor de las pequeñas empresas.

Sistemas y Organización

La División Sistemas y Organización está encargada de los sistemas de cómputo y del diseño de procesos, además de brindar la asesoría correspondiente



en aspectos tecnológicos y organizativos, con el compromiso de desarrollar soluciones tecnológicas que permitan al Banco mantener su posición de institución financiera líder en tecnología y servicio.

Durante el año 2001 las inversiones en equipamiento y programas alcanzaron la suma de US\$16.6 millones. Asimismo, se estudiaron los procesos de desarrollo de sistemas y se identificaron oportunidades de mejora para plantear un nuevo esquema de trabajo. Las conclusiones de este estudio permitieron rediseñar los procesos de atención de requerimientos de sistematización, para desarrollarlos en concordancia con la estrategia de negocios del Banco.

A comienzos de año, el Centro Dedicado de Desarrollo inició con éxito sus actividades, inicialmente en la ciudad de Arequipa, convirtiéndose en un polo de desarrollo que permite reducir costos de producción de software, además de brindar la oportunidad a jóvenes de las provincias para desarrollarse profesionalmente sin trasladarse a la capital.

La nueva plataforma tecnológica del Banco de Crédito de Bolivia inició sus operaciones interconectándose con los sistemas en el Perú. La interconexión con esta subsidiaria permitirá mayores niveles de eficiencia operativa, a través de economías de escala en el desarrollo y procesamiento de sistemas y mejores productos y servicios, lo cual sienta las bases para lograr el liderazgo en el mercado financiero boliviano.

Nuestro portal de internet, viaBCP continuó su consolidación en Internet con la creación de nuevos servicios, como viaBox, viaPrecios y viaEmpresarial, sin descuidar los ya existentes, destacando el crecimiento de viaInversiones y del canal transaccional Mis Cuentas, que actualmente posee alrededor de 100,000 clientes. Mis Finanzas Personales y viaInmuebles permitieron reafirmar la posición del Banco como banco innovador al recibir ambas el premio Creatividad Empresarial en sus respectivas categorías.

En el mercado de soluciones de banca electrónica para empresas, el Banco cuenta también con un servicio de vanguardia y este año se han puesto en marcha productos como la cobranza electrónica de facturas, recepción de pagos pendientes de clientes (Pagonet) y pago electrónico a aduanas. Asimismo, se concluyó exitosamente con la tercera etapa de Cobra-T, servicio que se está masificando entre los clientes corporativos.

Se logró también instrumentar el sistema de transferencias interbancarias a través de la Cámara de Compensación Electrónica (CCE) con acceso a la red de bancos. Esto hace posible realizar abonos de cuenta a cuenta (transferencias ordinarias), pago de haberes, pago a cuenta de tarjetas de crédito y recepción de CTS, a través de la entidad que los clientes seleccionen, trayendo como beneficio una transacción bancaria más simple, seguridad y ahorro de tiempo.

Finalmente, dentro del plan estratégico 2002-2004 se ha considerado iniciar proyectos de “middleware”, centralizar las iniciativas de revisión de procesos,

implantar tecnología de “alta disponibilidad”, impulsar el uso de herramientas integradas de software, mejorar el proceso de planeamiento, entre otros, con la finalidad de alcanzar los niveles de excelencia de compañías de clase mundial.

Recursos Humanos

Entre las tareas desplegadas durante el año 2001 se enfatizó la consolidación del Sistema de Mejora del Desempeño, que determina metas de desempeño a nivel individual, de equipos y las corporativas. El avance del uso de este modelo es notable al alcanzar un elevado nivel de conocimientos que facilitan la elaboración, implantación y seguimiento de metas cuantificables, y que a la vez representen retos en la consecución de metas señaladas por la institución.

Se continuó con el objetivo estratégico de orientar los esfuerzos del personal hacia los resultados propuestos para el Banco, para lo cual se requiere que, además de metas, se establezcan incentivos y un sistema de remuneración variable. Con este objeto se rediseñaron algunos sistemas ya existentes adecuándolos al objetivo descrito, con lo que a la fecha, todo el personal del Banco está ya bajo algún tipo de sistema de remuneración variable.

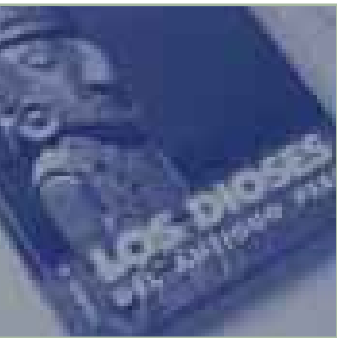
Igualmente, se prosiguió con el desarrollo de las capacidades directivas, para lo que se llevaron a cabo diversos talleres de “coaching” organizacional, dirigidos a los niveles gerenciales, brindándose también asesoría personalizada en el tema de habilidades directivas. Como consecuencia de la tarea realizada se ha logrado comprender a cabalidad la importancia de desarrollar las competencias del personal directivo, a fin de que se ejerza un liderazgo efectivo por las implicancias que tiene para el logro de las metas corporativas.

Asimismo, con el plan de capacitación 2001 se realizaron 372 eventos, impartiendo 11,231 horas de instrucción, logrando un nivel de 63.27 horas por empleado. Los empleados ya pueden acceder al portal de Internet, En Contacto, donde disponen de información sobre los beneficios del Banco y además a @prendamos, una página dedicada a su capacitación.

Apoyo Social y a la Comunidad

El Area de Relaciones e Imagen Institucional tiene como misión mantener la imagen de la institución como una empresa líder, con responsabilidad social y sensibilidad en apoyo a la cultura de nuestro país.

Durante el ejercicio, continuando con el programa del Fondo Pro Recuperación del Patrimonio Cultural de nuestra Institución, se prosiguió con la restauración de las series de la Vida de San Agustín, en el Convento de la Orden en Lima, y de la Vida de San Pedro Nolasco, en el Convento de la Merced de nuestra ciudad capital. Ambas series, obras de Basilio Pacheco y José Bermejo, respectivamente, de la Escuela Cusqueña (siglo XVIII), la primera, y pintura limeña del siglo XVIII, la segunda, están consideradas entre las obras más



representativas de esos destacados artistas. Asimismo, se ha culminado con las restauraciones de ocho lienzos de gran formato de la Iglesia de Cayma, en la ciudad de Arequipa, debiendo ser entregados oficialmente durante los primeros meses del año 2002.

A finales de año se renovó con el Arzobispado de Lima el compromiso, asumido a inicios de la década de los noventa, de contribuir a la recuperación de la Catedral de Lima. El anuncio oficial lo hizo nuestro Presidente del Directorio en ocasión del Concierto de Navidad realizado en el mes de diciembre con la colaboración de la Orquesta y Coro de la Universidad de Lima y del Coro Nacional. En esa oportunidad se inauguró la sala Alberto Brazzini Díaz Ufano, con las obras de arte donadas por la familia para perpetuar la memoria del ilustre Obispo Auxiliar de Lima, recordado amigo y colaborador de nuestra institución.

En el mes de setiembre se realizó la celebración del centenario de la fundación de la oficina de Chíncha, habiéndose donado las luminarias de la Parroquia Santo Domingo para el Altar Mayor y las naves laterales. Además, se donó una biblioteca escolar a la GUE José Pardo Barreda.

Hemos auspiciado diversos eventos organizados por el sector empresarial como la XXV Convención de Ingenieros de Minas realizada en la ciudad de Arequipa en el mes de setiembre, con la presencia de más de 800 expositores extranjeros.

Como todos los años el Banco participó en actividades de bien social a través de donaciones a favor de instituciones de apoyo social, asistencial y educativa.

Con relación al deporte nuestro Banco continúa con el compromiso asumido con el Patronato Nacional del Deporte de apoyar esta actividad, fomentando su práctica por parte de la niñez y juventud mediante la organización de los Semilleros de Atletismo, los cuales durante el año 2001 se hicieron extensivos a ciudades del interior del país como Tumbes y Chíncha; construyendo lozas deportivas en zonas marginales; y prestando decidido apoyo en la organización del semillero del voley. Continuó también el apoyo a la Asociación de Colegios Religiosos (Adecore), en programas deportivos interescolares.

Entre las actividades culturales realizadas destacó, a finales de año, la presentación del segundo tomo de los Dioses del Antiguo Perú, vigésimo octavo volumen de nuestra colección Arte y Tesoros del Perú. Como en anteriores oportunidades, el Banco auspició la décimo tercera edición del Concurso Nacional de Música Nueva Acrópolis a nivel escolar, evento que cuenta con nuestro apoyo desde hace 18 años y que tuvo una participación récord de 70 colegios y 8,500 escolares de todo el país.

