

Responsabilidad Social

Reporte de
sostenibilidad
2015



Carta del Presidente (G4-1)

Tengo el agrado de dirigirme nuevamente a ustedes, nuestros grupos de interés, para presentarles nuestro Reporte de Sostenibilidad 2015. La realización de este informe representa una buena práctica de transparencia sobre la labor que venimos desarrollando, en la que se refleja el compromiso que asume el BCP con las familias peruanas.

En el año 2015, continuamos progresando dentro del marco de nuestros cuatro pilares de la estrategia de largo plazo: el cliente como el centro de nuestro negocio, una gestión sobresaliente del riesgo, crecimiento eficiente y colaboradores motivados.

A continuación, me gustaría destacar algunos de los aspectos más relevantes acerca de nuestro compromiso social y de creación de valor en el 2015.

En el aspecto económico, hemos logrado un sólido desempeño durante el año, sorteando un complejo contexto internacional y local. Los resultados alcanzados demuestran el claro enfoque en ser el banco líder en todos los segmentos y productos que ofrecemos.

Basándonos en nuestro saber distintivo como banco líder del sistema financiero peruano, promovemos el Programa de Educación Financiera Contigo en tus finanzas BCP dirigido a la población no bancarizada y cuyo objetivo es asegurar que los beneficiarios de los programas puedan conocer sobre el sistema financiero, sus beneficios y productos, y entender su funcionamiento para poder hacer un uso adecuado y responsable de los mismos.

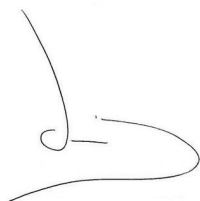
Adicionalmente, bajo el mecanismo de Obras por Impuestos, contribuimos a disminuir la brecha de infraestructura que existe en nuestro país, poniendo el foco en proyectos que contribuyen a mejorar la calidad e infraestructura educativa. Durante el 2015, entregamos 10 centros educativos con modernas instalaciones y equipados con tecnología de punta. Además, 12 colegios se encuentran en proceso de construcción, mientras que 29 se encuentran en la etapa de proyectos adjudicados¹.

Así mismo, incorporamos la gestión ambiental en nuestras operaciones a través del cálculo de la huella de carbono y con el diseño de proyectos que buscan un mejor uso de recursos y reducción de emisiones de CO2. Los proyectos están relacionados con eficiencia energética, uso de papel, gestión de residuos sólidos y transporte de colaboradores.

Quiero aprovechar esta oportunidad para reconocer el valor y compromiso de nuestros colaboradores. Tenemos el ambicioso objetivo de convertirnos en la mejor opción para trabajar en el Perú y es por ello que hace 4 años lanzamos la iniciativa Somos BCP que ya empieza a mostrar algunos logros notables. Nuestra Encuesta de Clima Laboral 2015 alcanzó una favorabilidad récord de 83%.

De cara al 2016, continuaremos esforzándonos para mantenernos como referente de una empresa socialmente responsable, comunicarnos mejor con nuestros diversos grupos de interés y seguir generando la confianza que la sociedad deposita en nosotros.

Muchas gracias,



Dionisio Romero Paoletti
Presidente del Directorio

¹ <http://elcomercio.pe/economia/peru/bcp-invierte-s252-millones-obras-impuestos-educacion-noticia-1883017>

Contenido

1 *Pág. 4*
Acerca del Reporte

2 *Pág. 10*
Acerca del BCP

3 *Pág. 22*
Gobierno Corporativo

4 *Pág. 25*
Banca Responsable

5 *Pág. 38*
Los 4 ejes del BCP

6 *Pág. 40*
Gestión del riesgo Sobresaliente

7 *Pág. 46*
Crecimiento Eficiente

8 *Pág. 54*
Clientes Contentos

9 *Pág. 62*
Colaboradores Motivados

10 *Pág. 74*
Índice de Contenido GRI

11 *Pág. 83*
Anexos

1

Acerca
del Reporte



1. Acerca del Reporte

Este Reporte de Sostenibilidad brinda información sobre la gestión económica, social y ambiental únicamente de las operaciones del Banco de Crédito del Perú S.A. (en adelante BCP) en el Perú y la gestión de sus 460 agencias en el ámbito nacional, incluyendo la Sede Central, pero no la gestión de sus subsidiarias² ni las operaciones fuera del país.

Esta es la decimoprimer edición presentada por el BCP y la octava respetando los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI). Los reportes de sostenibilidad 2013 y 2014 fueron elaborados "De conformidad" con las Guías G4 del GRI de Opción Exhaustiva y esta edición 2015 ha sido elaborada "De conformidad" con las Guías G4 del GRI de Opción Esencial. Abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2015, la periodicidad de su publicación es anual y no ha sido auditado. (G4-3) (G4-6) (G4-17) (G4-22) (G4-23) (G4-28) (G4-29) (G4-30) (G4-33)³

² Empresas en las que el BCP mantiene la propiedad de más del 98% en todas ellas, pero que cuentan con otra razón social.

³ En cuanto a su alcance y cobertura no presentan ningún cambio significativo ni reexpresiones de información con respecto al Reporte de Sostenibilidad 2014.

Aspectos Materiales Incluidos

Para seleccionar los aspectos más relevantes a ser incluidos en este reporte y que reflejen los temas relevantes para los grupos de interés del BCP así como los impactos de sostenibilidad más significativos, se realizó un proceso de 4 etapas: **(G4-18)**

ETAPA 1

REVISIÓN

Se revisaron los reportes de sostenibilidad de los 2 primeros puestos del ranking de sostenibilidad de RobecoSam 2015 en el sector banca y de Bancolombia al ser el único banco en Sudamérica en ingresar al mencionado ranking.

Posteriormente, se revisaron los resultados de la auditoría llevada a cabo por SGS al Reporte de Sostenibilidad 2014 para identificar oportunidades de mejora en el cumplimiento de los principios establecidos por el Global Reporting Initiative (GRI).

ETAPA 2

IDENTIFICACIÓN

Con base en los ejes estratégicos, se identificaron los impactos de sostenibilidad generados por la gestión del BCP. Estos fueron validados por entrevistas con las gerencias que gestionan el relacionamiento con los grupos de interés.

Las expectativas se identificaron en base al Informe de Diálogos con los Grupos de Interés realizado en el año 2013.

Adicionalmente, se revisaron documentos como la Memoria Anual, políticas y el Código de Ética.

ETAPA 3

PRIORIZACIÓN

La metodología utilizada para priorizar los temas más relevantes de los grupos de interés fue el análisis de madurez, recomendado por AccountAbility; y, en el caso de los impactos, se identificaron aquellos más significativos utilizando una metodología de evaluación de riesgos.

ETAPA 4

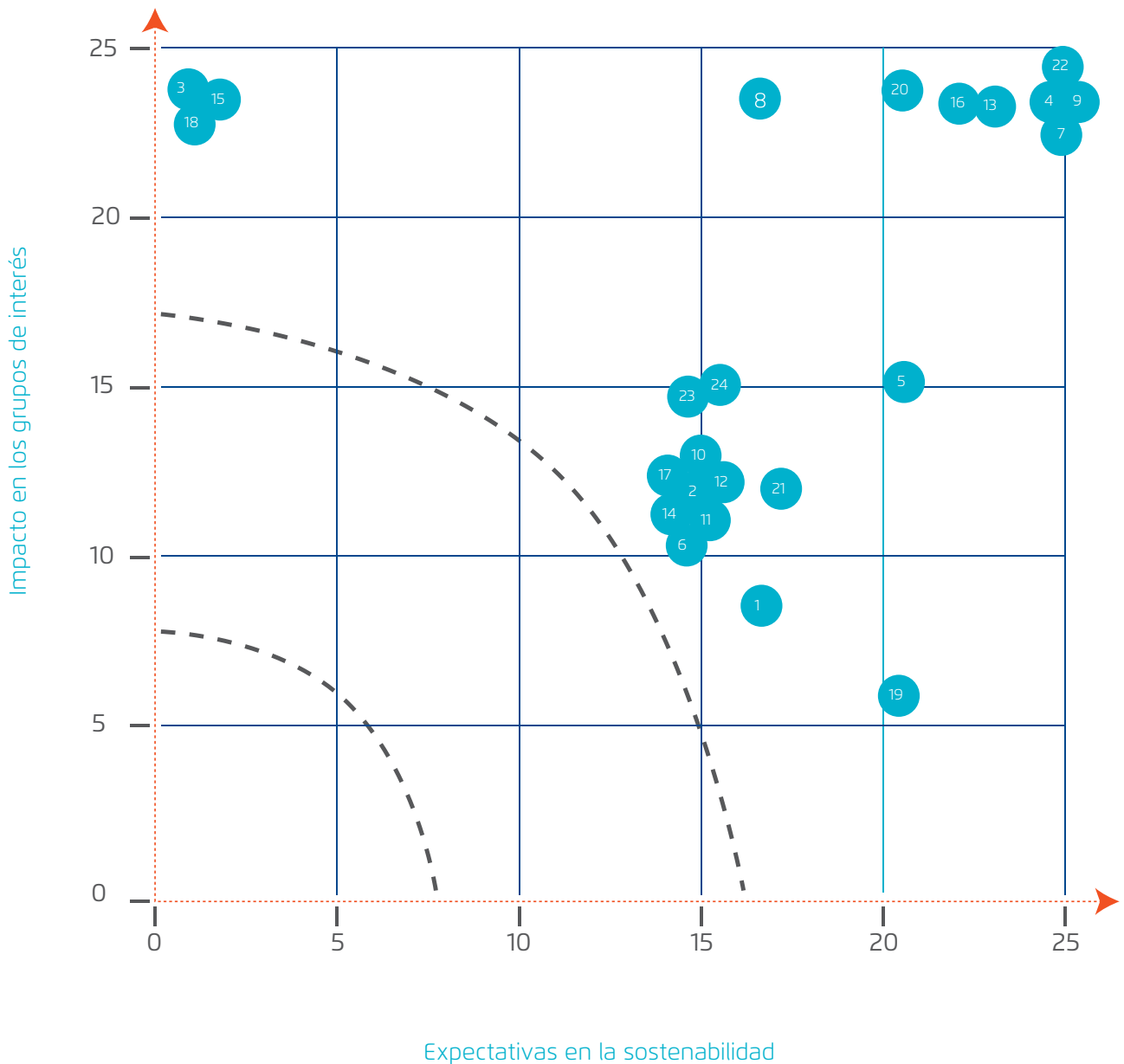
VALIDACIÓN

Los resultados de esta matriz de materialidad fueron validados por la Gerencia de Responsabilidad Social del BCP, encargada de supervisar la estrategia interna y externa de responsabilidad social de la Empresa.

También se identificaron los aspectos e indicadores GRI G4 a reportarse.

Como resultado de este proceso, se identificaron los aspectos materiales a ser incluidos en el presente reporte. Su nivel de cobertura⁴ y grupos de interés relacionados se detallan en el siguiente gráfico:⁵ (G4-18)

Matriz de Materialidad BCP 2015



⁴ Cobertura: Descripción de dónde se producen los impactos de cada aspecto.

⁵ ROBECOSAM es una organización especialista en inversión sostenible a nivel mundial, que junto a S&P Dow Jones Indices publica los reconocidos Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)/ AccountAbility, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Stakeholder Research Associates Canada Inc. De las Palabras a la Acción: El Compromiso con los Stakeholders. Manual para la Práctica de las Relaciones con los Grupos de Interés, Volumen 2, 1ª edición, enero de 2006, página 39.

Los aspectos materiales incluidos en el presente reporte, su nivel de cobertura⁶ y grupos de interés relacionados son detallados a continuación: (G4-21) (G4-22) (DMA Genéricos)

ASPECTOS MATERIALES (G4-19)



ASPECTO MATERIAL GRI



CATEGORÍA GRI



COBERTURA (G4-20) (G4-21)



GRUPOS DE INTERÉS

	ASPECTO MATERIAL GRI	CATEGORÍA GRI	COBERTURA (G4-20) (G4-21)	GRUPOS DE INTERÉS
1	Capacitación y educación	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
2	Cartera de productos (SSF)	Productos y servicios	Cobertura interna y externa	Accionistas, colaboradores, clientes, comunidad y medio ambiente
3	Competencia desleal	Social: Sociedad	Cobertura externa	Clientes
4	Comunicaciones de mercadotecnia	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
5	Comunidades locales	Social: Sociedad	Cobertura externa	Comunidad
6	Consecuencias económicas indirectas	Economía	Cobertura externa	Comunidad
7	Cumplimiento regulatorio	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
8	Cumplimiento regulatorio	Social: Sociedad	Cobertura externa	Colaboradores, clientes, proveedores, Gobierno y comunidad
9	Desempeño económico	Economía	Cobertura interna	Accionistas
10	Emisiones	Medio ambiente	Cobertura externa	Comunidad y medio ambiente
11	Empleo	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
12	Energía	Medio ambiente	Cobertura externa	Clientes

⁶ Cobertura: Descripción de dónde se producen los impactos de cada aspecto.



ASPECTO MATERIAL GRI



CATEGORÍA GRI



COBERTURA (G4-20) (G4-21)



GRUPOS DE INTERÉS

ASPECTO MATERIAL GRI	CATEGORÍA GRI	COBERTURA (G4-20) (G4-21)	GRUPOS DE INTERÉS
13 Etiquetado de productos y servicios	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
14 Gestión de la comunicación con colaboradores	No GRI	Cobertura interna	Colaboradores
15 Libertad de asociación y negociación colectiva	Social: Derechos humanos	Cobertura interna y externa	Colaboradores y proveedores
16 Lucha contra la corrupción	Social: Sociedad	Cobertura interna y externa	Colaboradores, clientes, proveedores y Gobierno
17 Materiales	Medio ambiente	Cobertura externa	Comunidad y medio ambiente
18 No discriminación	Social: Derechos humanos	Cobertura interna	Colaboradores
19 Presencia en el mercado	Economía	Cobertura interna	Colaboradores
20 Privacidad del cliente	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
21 Seguridad y salud de los clientes	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
22 Seguridad y salud en el trabajo	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna y externa	Colaboradores y proveedores
23 Gestión de reclamos y atención de clientes	No GRI	Cobertura externa	Clientes
24 Gestión con Agentes BCP	No GRI	Cobertura externa	Agentes

2 Acercas del BCP



2. Acerca del BCP

2.1 Historia

En el transcurso de 126 años, el Banco de Crédito del Perú ha acompañado la historia comercial, cultural y económica del país. Fue en el año 1889 cuando un grupo de comerciantes italo-peruanos decidió abrir una institución de crédito y seguros, que con los años se convirtió en símbolo de solvencia y confianza. Desde el año 1995 forma parte del Grupo Credicorp, el holding financiero más importante del Perú. (G4-3) (G4-7)

2.2 Principales Servicios (G4-4)

Banca Mayorista (G4-4) (FS6)

La Gerencia Central de Banca Mayorista diseña y gestiona servicios para clientes corporativos y grandes empresas. Los productos ofrecidos por la Banca Mayorista están diseñados para cubrir las necesidades de más de 9,000 clientes en Lima y provincias⁷. Incluyen créditos comerciales, créditos contingentes, productos de comercio exterior, productos de cambio y derivados financieros; y productos pasivos y transaccionales. Está compuesta por 4 áreas:



⁷ Principales: Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Santa, Piura, Chincha, Ica y Tacna.

Durante el año 2015, Banca Mayorista demostró un crecimiento notable como se observa en la siguiente tabla:

Crecimiento de Banca Mayorista		Año 2013 (En Millones de Dólares Americanos)	Año 2014 (En Millones de Dólares Americanos)	Año 2015 (En Millones de Dólares Americanos)
Colocaciones directas	A corto plazo	4,392.09	5,074.81	5,406.61
	A mediano / largo plazo	5,801.97	6,557.38	7,152.16
Total de colocaciones directas		10,194.07	11,632.19	12,558.77
Total de contingentes		4,254.60	4,695.86	5,021.22
Montos financiados totales		14,448.66	16,328.05	17,579.99

Asimismo, los ingresos tuvieron importantes crecimientos, como se muestra a continuación:

	Año 2013 (En Millones de Dólares Americanos)	Año 2014 (En Millones de Dólares Americanos)	Año 2015 (En Millones de Dólares Americanos)
Margen por intermediación⁸	320.65	365.06	366.84
Margen activo	242.34	268.28	274.23
Margen pasivo	78.32	96.79	92.61
Ingresos por servicios	209.68	192.92	200.96
Ingresos por operaciones de cambio	89.91	95.09	116.22
Total de ingresos⁹	620.25	653.07	684.03

Seguidamente, se detalla la distribución de la cartera de clientes de Banca Mayorista según región y actividad en los años 2014 y 2015: (FS6)

Banca Corporativa	Año 2014 (Porcentaje)	Año 2015 (Porcentaje)	Banca Empresa	Año 2014 (Porcentaje)	Año 2015 (Porcentaje)
Lima	100%	100%	Lima	85%	86%
Provincias	0%	0%	Provincias	15%	14%
			Oriente	0%	0%
			Norte	48%	48%
			Centro	0%	0%
			Sur	52%	52%

⁸ Suma de margen activo y pasivo.

⁹ El total considera el margen por intermediación, ingresos por servicios e ingresos por operaciones de cambio.

Ciudad, Volumen y Composición Porcentual en el Año 2015 (FS6)

Ciudad	Volumen en Deuda (En Miles de Soles)	Composición (Porcentaje)
Norte	304'182,263	100%
Trujillo	122'842,705	40%
Santa	48'073,643	16%
Chiclayo	38'919,167	13%
Piura	23'440,802	8%
Lambayeque	13'213,434	4%
Otras	57'692,511	19%
Sur	334'929,652	100%
Arequipa	156'669,118	47%
Tacna	29'847,894	9%
Ilo	28'081,731	8%
Piura	27'094,401	8%

Distribución para Banca Corporativa y Empresa por Sector Económico a Nivel Nacional (FS6)

Año 2015

Sector	Clientes (Porcentaje)	Deuda (Porcentaje)
Industria manufacturera	12.9%	26.8%
Comercio	19.7%	14.1%
Actividades inmobiliarias, empresariales y alquiler	19.7%	12.5%
Electricidad, gas y agua	8.0%	4.1%
Minería	1.4%	11.3%
Transporte, almacenamiento y comunicación	4.5%	3.0%
Intermediación financiera	6.5%	5.2%
Construcción	3.5%	8.0%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1.9%	1.4%
Hoteles y restaurantes	5.7%	7.0%
Enseñanza	10.2%	3.6%
Pesca	1.5%	1.5%
Otros	4.5%	1.6%

Banca Minorista y Gestión de Patrimonios (G4-4)

La Gerencia Central de Banca Minorista y Gestión de Patrimonios diseña y gestiona servicios para las pequeñas y medianas empresas y para clientes individuales. Llega a 5.7 millones de clientes, con ventas anuales menores o iguales a S/32 millones. Estos clientes son atendidos por medio de agencias, cajeros automáticos, Banca por Internet, Banca por Teléfono, Banca Móvil y Agentes BCP.

Segmentación de Clientes y Productos Ofrecidos por la Banca Minorista

Clientes		Productos
Banca Privada	Clientes con más de US\$1'000,000 disponibles para invertir.	Tarjetas de crédito y débito, créditos personales, créditos vehiculares, pagarés personales e hipotecarios, cuentas corrientes y de ahorros, fondos mutuos, cuentas a plazo y CTS ¹⁰ . Se les ofrece la posibilidad de invertir su dinero en fondos del exterior.
BCP Enalta	Clientes con ingresos mensuales mínimos de S/20,000 o un mínimo de US\$200,000 disponibles para invertir.	
Segmento Banca Exclusiva	Clientes con ingresos mensuales mínimos de S/5,000.	Tarjetas de crédito y débito, créditos personales, créditos vehiculares e hipotecarios, cuentas corrientes y de ahorros, fondos mutuos, cuentas a plazo y CTS.
Consumo	Clientes que no están incluidos en el segmento Banca Exclusiva ni en el segmento Pequeña Empresa y que tienen sueldos menores a S/5,000.	
Pequeña Empresa	Empresas o personas naturales con negocio con deudas menores a S/1'200,000.	Créditos para capital de trabajo, financiamiento de inmuebles, leasing y cartas fianza.
Negocios	Empresas con ventas anuales entre S/10 millones y S/32 millones o con deudas entre S/1.2 millones y S/10 millones.	Créditos comerciales, contingentes, leasing, comercio exterior, servicios transaccionales y productos pasivos.

Al igual que para Banca Mayorista, el año 2015 representó un excelente año para Banca Minorista, como se detalla a continuación: (G4-4)

	Año 2013 (En Millones de Soles)	Año 2014 (En Millones de Soles)	Año 2015 (En Millones de Soles)
Colocaciones	28,713	32,023	36,611
Financiamiento al consumo	7,994	8,982	10,355
Hipotecario	9,573	10,936	12,031
Créditos PYME	6,518	6,356	6,697
Préstamos comerciales	2,646	3,255	4,118
Contingentes	820	918	980
Masa administrada (depósitos y fondos mutuos)	41,609	46,421	55,113

¹⁰ Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).

Distribución de la Cartera de Clientes Según Región y Actividad (Porcentaje) (FS6)

PYME	Año 2014	Año 2015	NEGOCIOS	Año 2014	Año 2015
Lima	53%	39%	Lima	64%	63%
Provincias	47%	61%	Provincias	36%	37%
Oriente ¹¹	6%	6%	Oriente	7%	6%
Norte ¹²	14%	29%	Norte	13%	15%
Centro ¹³	11%	5%	Centro	6%	0%
Sur ¹⁴	16%	21%	Sur	10%	16%

Distribución por Sector Económico a Nivel Nacional (Porcentaje) (FS6)

Año 2015

Sector	Clientes (Porcentaje)	Deuda (Porcentaje)
Industria manufacturera	15%	17%
Comercio	56%	50%
Actividades inmobiliarias, empresariales y alquiler	5%	7%
Construcción	1%	1%
Hoteles y restaurantes	5%	9%
Pesquería	0%	0%
Transporte, almacenamiento y comunicación	6%	7%
Otras actividades de servicios	6%	7%
Información no disponible	6%	2%

CLIENTES DE BANCA DE NEGOCIOS

Año 2015

Sector	Clientes (Porcentaje)	Deuda (Porcentaje)
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	15%	12%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3%	3%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	29%	38%
Construcción	10%	4%
Enseñanza	1%	1%
Explotación de minas y canteras	1%	1%
Hoteles y restaurantes	3%	4%
Industrias manufactureras	12%	18%
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	12%	7%
Pesca	1%	1%
Servicios sociales y de salud	1%	1%
Suministro de electricidad, gas y agua	0%	0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11%	10%

¹¹ Incluye: Amazonas, Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali.

¹² Incluye: La Libertad, Lambayeque, Piura y Tumbes.

¹³ Incluye: Ancash, Ayacucho, Cajamarca, Cerro de Pasco, Huancavelica, Huánuco y Junín.

¹⁴ Incluye: Apurímac, Arequipa, Cusco, Ica, Moquegua, Puno y Tacna.

2.3 Presencia en el Perú (G4-8) (FS13)

El BCP está al alcance de todos los peruanos y, de esta manera, contribuye fundamentalmente al crecimiento y desarrollo del país. El despliegue del Banco a nivel nacional se encuentra detallado en el siguiente cuadro:

Departamento	Agencias BCP ¹⁵	Cajeros Automáticos	Agentes BCP
Amazonas	3	8	25
Ancash	10	39	99
Apurímac	2	6	38
Arequipa	18	126	501
Ayacucho	1	9	70
Cajamarca	8	33	135
Callao	21	97	223
Cusco	11	60	119
Huancavelica	1	2	22
Huánuco	4	15	48
Ica	13	66	133
Junín	15	45	214
La Libertad	16	97	284
Lambayeque	10	57	240
Lima	273	1,423	2,920
Loreto	5	19	17
Madre de Dios	1	5	8
Moquegua	4	9	32
Pasco	3	7	34
Piura	17	76	244
Puno	5	22	87
San Martín	7	24	71
Tacna	5	20	88
Tumbes	2	9	14
Ucayali	5	21	66
Total al cierre del año 2015	460	2,295	5,732

Canales de Atención (G4-8)

	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Agencias BCP	401	437	460
Cajeros automáticos ¹⁶	2,091	2,226	2,295
Agentes BCP	5,820	5,157	5,732
Total de canales de atención	8,312	7,820	8,487

¹⁵ Incluye 10 oficinas Enalta y 3 oficinas Banca Privada.

¹⁶ ATM BCP.

2.4. Cambios Significativos en el Año 2015 (G4-13)

En el año 2015, alineados al objetivo de acercarse más a sus clientes, el Banco emprendió un proyecto para determinar la mejor combinación de canales orientados a los mismos, tomando en cuenta sus necesidades financieras y contrastándolas con el potencial comercial, transaccional y de migración, todo bajo un nuevo enfoque multicanal. Este proyecto ha permitido mayor precisión para definir el lugar, tipo y cantidad de agencias necesarias para atender a los distintos segmentos de clientes.

Por otro lado, se ha inaugurado un nuevo formato de agencia llamado Punto BCP, el cual se caracteriza por ser un espacio pequeño, que facilita la interacción de los clientes con los canales electrónicos de manera ágil; lo que se traduce en mejores indicadores de migración transaccional en la red. Adicionalmente a esta iniciativa, se ha continuado derivando transacciones de ventanillas a canales más convenientes y económicos para los clientes. Gracias a ello se ha logrado reducir el número de transacciones totales realizadas en ventanilla.

	Cerraron	Abrieron
Agencias BCP	4	27 ¹⁷
Cajeros automáticos	62	131
Agentes BCP	918	1,493

Las reformas en los canales de servicio, incluyeron:

Plataformas Virtuales: En el año 2015 continuó la migración de los Saldomáticos hacia un canal más amigable, moderno y seguro: la Plataforma Virtual. Esta, además de realizar las transacciones usuales de consulta, permite solicitar, imprimir o enviar a un correo electrónico documentos como estados de cuenta, cartas de no adeudo, cartas fianza, entre otros. El año concluyó con 735 Plataformas Virtuales instaladas en agencias de la red.

Cajeros Automáticos: Con el objetivo de seguir brindando facilidades a los clientes y apoyar la migración a canales autoatendidos, se ha ampliado la red con cajeros multifuncionales, que llegaron a 231 a la fecha de publicación de este Reporte. Las transacciones monetarias se incrementaron en 12%, siendo los depósitos la

transacción de mayor crecimiento en el año (66%).

Agentes BCP: En el año 2015 la utilidad de este canal se triplicó respecto al año anterior llegando a S/78 millones. El incremento se explica principalmente por el cobro de S/1 por comisión de pago de servicios, la implementación del cobro de traslación de fondos para depósitos, la emisión de giros y un rediseño en el modelo de comisiones de pago a los Agentes.

Banca por Internet: Se lanzó Adelanto de Sueldo, primer producto de venta dirigido a clientes de Pago de Haberes. Los resultados fueron positivos. El Banco gestionó adecuadamente el fraude por este canal, manteniéndolo en niveles mínimos alineados con estándares internacionales.

Banca Móvil: A casi 2 años de su lanzamiento, la Banca Móvil superó la meta de llegar al medio millón de descargas logrando que más clientes disfruten de los beneficios de realizar sus operaciones desde cualquier lugar. Así también, con el fin de mejorar la experiencia de los clientes, se lanzaron 2 nuevas funcionalidades: Pago de Servicios y Adelanto de Sueldo las cuales, junto a otras mejoras realizadas, han logrado complementar el mix de transacciones que se ofrecen a través de la aplicación. Esto permitió obtener un crecimiento de clientes transaccionales de más del 100% y el número de transacciones pasó de un promedio mensual de 3.3 millones a 6.7 millones, respecto al año pasado.

Centro de Contacto: El Centro de Contacto, uno de los principales canales de servicio y ventas del BCP, mantuvo un promedio mensual de 2.8 millones de llamadas en sus 3 sedes operativas: Lima, Callao y Trujillo. Durante el periodo 2015, se han implementado nuevos indicadores de atención, como el FCR (first call resolution), que buscan atender de manera más ágil y precisa las llamadas de los clientes.

Por otro lado, se ha consolidado el nuevo modelo remoto de atención para clientes con perfil BEX. Este funcionario telefónico tiene como objetivo principal generar una adecuada relación a partir de las necesidades que presenten los clientes mediante roles de asesoría, derivación y atención de solicitudes.

¹⁷ Se abrieron 20 agencias tradicionales de la División Comercial, 4 agencias Enalta y 2 agencias PdH. La agencia Asia abre en el mes de diciembre y cierra en abril para cubrir la temporada de verano.

2.5. Principales Asociaciones a las que Pertenece el BCP (G4-16)

El BCP mantiene una relación con diversas instituciones a fin de promover la formación de opinión sobre temas de interés público.

Gremios

- Asociación de Bancos (ASBANC)
- Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE)
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX Perú)
- Perú 2021
- Bolsa de Valores de Lima
- Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN)
- Universidad del Pacífico

Cámaras de Comercio

- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana
- Cámara de Comercio Americana
- Cámara de Comercio Italiana del Perú
- Cámara de Comercio Peruano-Argentina
- Cámara de Comercio e Industria Peruano-Japonesa
- Cámara de Comercio Peruano-China

Fondos Solidarios

- Universidad del Pacífico¹⁸

¹⁸ Ver: www.up.edu.pe/fondoupsolidario/contenido.aspx?idsec=7.

2.6. Premios y Reconocimientos

En el año 2015, el BCP obtuvo los siguientes reconocimientos:

Monitor Empresarial de Reputación Corporativa Perú 2015 (MERCOS)

Por cuarto año consecutivo, el BCP ocupó el primer puesto en el Ranking de Reputación Corporativa, en el Ranking de las Empresas Más Responsables y Con Mejor Gobierno Corporativo y en el Ranking de Líderes Empresariales.

Mejor Banco para Trabajar en el Perú (MERCOS Personas)

Por cuarto año consecutivo MERCOS reconoció al BCP como el mejor banco para trabajar en el Perú. El ranking tomó como base las encuestas a más de 9 mil personas entre trabajadores, ejecutivos y expertos en reclutamiento laboral y recursos humanos.

Dónde Quiero Trabajar (Arellano Marketing)

El BCP fue reconocido por segundo año consecutivo como la mejor empresa donde los peruanos anhelan trabajar; y, por tercer año, como el mejor banco para trabajar en el país. El estudio fue elaborado por Arellano Marketing y Laborum, y recogió la opinión de más de 5 mil personas, quienes reconocieron al BCP como la primera opción para trabajar evaluando criterios como beneficios, cultura corporativa e imagen.

Marca Más Valiosa del Perú (Estudio Global Brandz)

La marca BCP fue nuevamente distinguida como la más valiosa del Perú, según el Estudio Global Brandz.

Mejor Banco Para Clientes Peruanos (Revista Euromoney)

El BCP fue distinguido por la revista financiera Euromoney en su XII Encuesta Anual de Banca Privada como el mejor banco para clientes peruanos en las categorías de Servicios a Clientes de Patrimonios entre US\$1 millón y US\$5 millones, y de Banca Comercial para clientes de Banca Privada.

Lighting Design Awards (LDA)

La Torre BCP San Isidro obtuvo el primer puesto de los Lighting Design Awards (LDA) en la categoría Proyecto Internacional del Año. Se trata de la premiación anual más prestigiosa a los diseños más innovadores de iluminación en el mundo, la cual se realiza en Londres.

Premio ANDA, categoría Campaña de Comunicación Interna

La Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) entregó al BCP el Premio ANDA 2015 en la categoría de comunicación interna por la campaña Unidos Valemos por 3, que promovió la recaudación de donaciones de los colaboradores del BCP.

Premio Effie, Campaña App Banca Móvil

El BCP recibió el Premio Effie en la categoría a la efectividad de marketing y publicidad por el caso de la app Banca Móvil BCP.

Empresa Socialmente Responsable (ESR)

Por segundo año consecutivo el BCP fue distinguido con el premio Empresa Socialmente Responsable siendo reconocido por su óptima gestión en Calidad de Vida en la Empresa, Ética Empresarial, Vinculación con la Comunidad y Medio Ambiente.

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

El BCP ocupó el primer puesto en las categorías de:

- Percepción sobre productos y servicios bancarios, con Banca Empresarial.
- Percepción sobre productos y servicios bancarios, con Banca Personal.
- Aplicaciones de Smartphones para Realizar Operaciones Bancarias, con Banca Móvil BCP.

Otros Reconocimientos

- **BCP, Una de las 10 Marcas más Influyentes del Perú - Ipsos 2015**

Por primera vez en el Perú se llevó a cabo la premiación de "The Most Influential Brands" y para ello Ipsos evaluó a 99 marcas, locales e internacionales bajo los aspectos de confiabilidad, responsabilidad social empresarial, presencia, compromiso e innovación. El BCP fue la única entidad financiera y una de las 3 empresas peruanas dentro del ranking.

- **Las 10 Empresas Más Admiradas del Perú 2015, otorgado por PriceWaterhouseCoopers y la Revista G de Gestión**

Por cuarto año consecutivo, el BCP fue seleccionado entre las Diez Empresas Más Admiradas del Perú.

- **Concurso Primero Los Clientes (Indecopi)**

El ABC de la Banca fue reconocido con el segundo puesto en la categoría Mecanismos de Información.

3 Gobierno Corporativo



3. Gobierno Corporativo

3.1. Estructura de Gobierno del BCP (G4-34)

El BCP es gobernado por su Directorio y Gerencia. El Directorio del BCP ejerce sus funciones en conformidad con los 31 Principios del Buen Gobierno Corporativo difundidos por instituciones nacionales como la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y la Bolsa de Valores de Lima (BVL), así como por las prácticas internacionales adoptadas por organismos tales como la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otras.

Para cumplir mejor con sus atribuciones y responsabilidades, el Directorio del BCP puede, con el voto favorable de 2 terceras partes de sus miembros, constituir comités especiales para la mejor administración del Banco, fijando las atribuciones de dichos comités y la remuneración de sus miembros. Así, se han creado los siguientes comités:

Comité Ejecutivo

Aprueba temas delegados por el Directorio además de aquellos que le corresponden de acuerdo a su Reglamento.

Comité de Riesgos

Administra los diversos riesgos a los que está expuesto el Banco y vigila que las operaciones se ajusten a los objetivos, las políticas y los procedimientos establecidos.

Adicionalmente, la Gerencia del Banco ha creado comités para la mejor gestión y desarrollo de los negocios del Banco. Estos velan por el óptimo funcionamiento de la administración interna y constituyen un nexo entre las áreas de operaciones y el Directorio del BCP. Estos comités son: Consejo de Gerencia, Comité de Gestión, Comité de Créditos, Comité de Riesgos de Operación, Comité de Administración de Activos y Pasivos (ALCO), Comité de Productividad, Comité de IT Governance, Comité de Lavado de Activos, Comité de Calidad, Comité de Sistemas, Comité de Inversiones y Comité de Fideicomisos.

A nivel de Credicorp, como cabeza del Grupo Empresarial, se tienen los siguientes comités corporativos:

Comité Ejecutivo Credicorp

Absuelve las consultas de la administración sobre operaciones o negocios en las que se requiera orientación del Directorio y adopta, en casos de urgencia, decisiones que corresponderían al propio Directorio.

Comité de Auditoría Corporativa Credicorp

Monitorea los avances en la implementación de las recomendaciones efectuadas por la división de auditoría, la SBS y los auditores externos.

Comité de Nominaciones Credicorp

Entre sus principales funciones, propone y/o elige, con base en una evaluación previa, a los directores de las subsidiarias, de acuerdo a la política de la Empresa.

Comité de Riesgo Corporativo Credicorp

Establece, evalúa periódicamente y aprueba, dando cuenta al Directorio, los lineamientos y políticas para la gestión integral de riesgos en las empresas del Grupo Credicorp.

Comité de Gobierno Corporativo Credicorp

Define los principios y los lineamientos básicos de Buen Gobierno Corporativo para el holding.

Comité de Compensaciones Credicorp

Creado para autorizar la política y los niveles de compensación total de los ejecutivos asignados a los roles de reporte directo al Presidente del Directorio y a la Gerencia General.

A nivel de grupo Credicorp los comités ejecutivos, de gobierno corporativo y de riesgos son los responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, sociales y ambientales. A nivel BCP, los comités responsables de las decisiones en estos temas son los comités ejecutivos, de riesgos y de gestión.

4 Banca Responsable



4. BANCA RESPONSABLE: Compromiso con la Sostenibilidad

El BCP está convencido de que es posible conjugar el compromiso con la sostenibilidad y la implementación de un modelo de negocios que redunde en resultados positivos y duraderos para sus clientes, accionistas, colaboradores y la comunidad.

La responsabilidad social empresarial se convierte en uno de los aspectos medulares de la cultura corporativa del BCP, la misma que reconoce que el éxito no es alcanzable sin el involucramiento directo y el trabajo conjunto con el Estado y otros actores representativos para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, especialmente de sus grupos más vulnerables.¹⁹

Misión

Promover el éxito de nuestros clientes con soluciones financieras adecuadas para sus necesidades, facilitar el desarrollo de nuestros colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y apoyar el desarrollo sostenido del país.

Visión

Ser el banco líder en todos los segmentos y productos que ofrecemos.

Principios

1. **Satisfacción del cliente:** Ofrecer a nuestros clientes una experiencia de servicio positiva a través de nuestros productos, servicios, procesos y atención.
2. **Pasión por las metas:** Trabajar con compromiso y dedicación para exceder nuestras metas y resultados, y lograr el desarrollo profesional en el BCP.
3. **Eficiencia:** Cuidar los recursos del BCP como si fueran los propios.
4. **Gestión al riesgo:** Asumir el riesgo como elemento fundamental en nuestro negocio y tomar la responsabilidad de conocerlo, dimensionarlo y gestionarlo.
5. **Transparencia:** Actuar de manera abierta, honesta y transparente con tus compañeros y clientes, y brindarles información confiable para establecer con ellos relaciones duraderas.
6. **Disposición al cambio:** Tener una actitud positiva para promover y adoptar los cambios y mejores prácticas.
7. **Disciplina:** Ser ordenado y estructurado para aplicar consistentemente los procesos y modelos de trabajo establecidos.

¹⁹ Tomado de su Política de Responsabilidad Social

4.1. Ética y Conducta en el BCP (G4-56)

El BCP cuenta con un Programa de Ética y Conducta, cuyos lineamientos se encuentran plasmados en el Código de Ética Credicorp y en la Política Corporativa de Ética y Conducta; documentos que determinan el estándar de comportamiento ético y conducta profesional que todo colaborador debe cumplir. Así, los 3 ejes sobre los que se basa el Código de Ética son:

- Actuar con integridad, respeto y transparencia.
- Fomentar una cultura de gestión de riesgo de cumplimiento.
- Buscar un crecimiento sostenible sobre la base de lineamientos éticos acordes al negocio de la Corporación.

El Directorio Credicorp es el órgano encargado de aprobar tanto el Código de Ética Credicorp como la Política Corporativa de Ética y Conducta, los que posteriormente son ratificados por el Directorio BCP.

Adicionalmente, se cuenta con el Comité de Ética Credicorp cuyo objetivo es (i) actualizar e interpretar el Código de Ética y las políticas corporativas relacionadas (ii) tomar conocimiento y/o resolver los casos que se

le presenten, referidos a los temas de ética, así como, de conflictos de interés, que vayan en contra de las políticas corporativas y del comportamiento ético esperado de todos los colaboradores; y (iii) actuar de oficio ante situaciones consideradas contrarias a los principios y valores de la Corporación.

Finalmente, es importante resaltar que la Corporación cuenta con una Política Corporativa de Conducta Específica para Inversiones y Finanzas, la cual busca: (i) establecer normas mínimas de actuación en la Corporación que permitan el desarrollo de negocios y operaciones acordes a los estándares, regulación y buenas prácticas internacionales asociadas al mercado de valores; (ii) impedir el flujo indebido de información privilegiada dentro de la Corporación y evitar tanto el uso indebido de esta como conductas manipulativas del mercado de valores; y (iii) establecer lineamientos que permitan priorizar los intereses de los clientes ante eventuales conflictos de interés que puedan surgir en las operaciones de inversión así como pautas para gestionarlos adecuadamente.

4.2. Política de Responsabilidad Social en el BCP (G4-56) (G4-14)

El Grupo Credicorp posee una Política de Responsabilidad Social Empresarial cuyo objetivo es establecer principios comunes que sirvan de base para articular las gestiones de las empresas del holding en temas sociales y ambientales.

A través de esta política se fijan los criterios comunes para el diseño e implementación de los programas e iniciativas de responsabilidad social que desarrolla el Banco, definiendo prioridades respecto de cada uno de los grupos

de interés y de los ejes temáticos priorizados. Uno de los compromisos asumidos es destinar no menos del 1% de las utilidades netas después de impuestos a financiar iniciativas de responsabilidad social.²⁰

La Gerencia General delega a la Gerencia de División de Asuntos Corporativos del Banco de Crédito del Perú como unidad responsable de liderar y asegurar el cumplimiento de los lineamientos incluidos en la Política de Responsabilidad Social Empresarial de Credicorp.

²⁰ Tomado de la Política de Responsabilidad Social Empresarial de Credicorp.

4.3. Relacionamiento con los Grupos de Interés

(G4-24) (G4-25) (G4-26) (G4-27)

El BCP define a sus grupos de interés como el conjunto de personas o entidades organizadas por un bien común, que son influenciadas por las actividades del BCP y que, a su vez, tienen influencia sobre sus operaciones.

La identificación de grupos de interés del BCP se dio a través de un proceso interno en el que se hizo evidente que la relación con ellos tiene como fin garantizar el desarrollo y el crecimiento sostenible de todas las partes. El BCP reconoce a sus grupos de interés y establece acciones y mecanismos de diálogo diferenciados, tal como se describe en el cuadro siguiente:

	Accionistas e Inversionistas	Colaboradores	Clientes
¿Qué valoran los grupos de interés del BCP?	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo en el sector. Adecuado gobierno corporativo. Rentabilidad. Fortaleza financiera. Divulgación de información y servicios a los inversionistas. Comportamiento ético. Reputación e imagen idóneas. Trayectoria. Capacidad gerencial. Transparencia en la gestión ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo sólido y respetado. Comportamiento ético. Profesionalismo. Productos y servicios de alta calidad. Potencial de crecimiento. Uso responsable de su poder en el mercado. Apoyo a buenas causas. Contribución al desarrollo y al progreso del Perú. Compensación justa. Equilibrio de vida laboral y personal. Capacitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Productos y servicios de alta calidad. Apertura y transparencia en las operaciones. Comportamiento ético. Profesionalismo. Satisfacción de las necesidades de los clientes, acompañada de un trato amable y cordial. Buena organización en el ámbito de la Empresa.
	Comunidad y Medio Ambiente	Proveedores y Agentes BCP	Líderes de Opinión y Medios de Comunicación
¿Qué valoran los grupos de interés del BCP?	<ul style="list-style-type: none"> Contribución al desarrollo local. Educación financiera y oportunidades de bancarización. Apertura y transparencia en las operaciones. Comportamiento ético. Profesionalismo. Eficiencia en el uso de energía y de recursos. Reducción en las emisiones de CO2. Divulgación de información sobre impactos ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> Procesos transparentes. Trato igualitario. Continuidad en la relación. Cumplimiento de compromisos. Capacitación en educación financiera para Agentes BCP, que incluya temas sobre cómo hacer crecer negocios y cómo educar a los clientes sobre los productos y servicios financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> Buenos resultados. Innovación. Contribución al desarrollo del Perú y su cultura. Ser una empresa peruana. Transparencia en las comunicaciones.

Accionistas
e Inversionistas

Colaboradores

Clientes

**¿Qué acciones
mantiene el Banco?**

- Tener una gestión eficiente que genere mayor rentabilidad y consolide la fortaleza financiera.
- Brindar información y recibir retroalimentación directa.
- Generar confianza y transparencia.

- Mantener una cultura organizacional que fomente la identificación de los colaboradores con el BCP.
- Brindar información sobre temas corporativos y recibir consultas de los colaboradores.
- Fomentar la retroalimentación sobre la base de la construcción de la confianza y el éxito.

- Ofrecer productos y servicios de calidad sostenibles.
- Proporcionar información de manera clara y transparente sobre los productos, servicios y canales de atención.
- Recibir retroalimentación acerca de la calidad de los productos y de los servicios ofrecidos.

Comunidad
y Medio Ambiente

Proveedores
y Agentes BCP

Líderes de Opinión
y Medios de Comunicación

**¿Qué acciones
mantiene el Banco?**

- Contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental de todas las comunidades en las que el BCP opera.
- Brindar información sobre conceptos básicos del ahorro y de la banca, a fin de promover una cultura financiera responsable.
- Comunicar aquellos temas de impacto social y económico.
- Ampliar el acceso a los diversos sectores previamente no atendidos.
- Diseñar una estrategia para el cuidado del medio ambiente, a fin de lograr un consumo responsable de los recursos a lo largo de toda la cadena de valor, diseñando programas y ejecutando capacitaciones transversales dentro de la Institución.
- Participación en La Hora del Planeta.
- Obtención del Distintivo Empresa

- Apoyar a los proveedores locales para que obtengan certificaciones de calidad.
- Fomentar la participación a través de licitaciones abiertas.
- Brindar información sobre la calidad de los productos y de los servicios ofrecidos.
- Recibir retroalimentación directa.
- Con respecto a los Agentes BCP, el Banco ha iniciado un proceso de capacitación para que los clientes hagan mejor uso de los servicios y productos financieros que se gestionan en el Agente.

- Brindar información sobre asuntos corporativos de interés público.

Accionistas
e Inversionistas

Colaboradores

Clientes

**¿Qué hace el BCP
para responder a sus
expectativas?**

- Tener un Código de Ética.
- Contar con un Sistema de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo.
- Adherirse al Carbon Disclosure Project.
- Adherirse a los Principios de Ecuador.

- Tener un Código de Ética.
- Desarrollar gestión del talento y sistema de gestión del desempeño.
- Promoción del bienestar y calidad de vida en el BCP.
- Brindar beneficios financieros, de salud, educación y recreación.
- Contar con el Programa Voluntarios BCP.
- Contar con el Programa Somos BCP.

- Tener un Código de Ética.
- Contar con Productos y Servicios de Banca Mayorista y de Banca Minorista.
- Tener el Fondo de Garantía Ambiental.
- Brindar apoyo a las PYME.
- Orientarse hacia la plena satisfacción de los clientes.

Comunidad
y Medio Ambiente

Proveedores
y Agentes BCP

Líderes de Opinión
y Medios de Comunicación

**¿Qué hace el BCP
para responder a sus
expectativas?**

- Contar con productos y servicios inclusivos.
- Brindar educación: Programa de Créditos y Becas del Patronato BCP.
- Apoyar educación e inclusión financiera: Programa ABC de la Banca y programas de educación financiera para sectores no bancarizados (asumidos por el Área de Responsabilidad Social).
- Calcular e informar los resultados de la huella de carbono y diseño de programas ecoeficientes.
- Adherirse al Carbon Disclosure Project
- Adherirse a los Principios de Ecuador.

- Contar con un Programa de Homologación a Proveedores, el cual incluye un cuestionario sobre la gestión social y ambiental.
- Elaborar de Política y Código de Conducta para Proveedores.
- Diseñar programas de capacitación para Agentes BCP.

- Ofrecer productos y servicios para el desarrollo de todos los segmentos socioeconómicos del Perú.
- Estar a la vanguardia en el desarrollo de productos y servicios que contribuyan al crecimiento de todos los peruanos.

Accionistas e Inversionistas

Colaboradores

Clientes

¿Cómo dialoga el BCP?

- Asamblea General Anual de Accionistas.
 - Conferencias de prensa.
 - Publicaciones especializadas.
 - Reporte de Sostenibilidad.
 - Memoria Anual de Estados Financieros.
 - Encuestas de indagación.
 - Reporte Anual de Emisiones al Carbon Disclosure Project.
 - Comunicación de Progreso al Pacto Mundial.
- Comités con colaboradores.
 - Portal Mis Datos y Gestiones.
 - Boletín de desempeño corporativo.
 - Paneles informativos en las sedes y en las Agencias BCP.
 - Página web para promotores de servicios Comunidad BCP.
 - Portal de internet BCP.
 - Redes sociales.
 - Revista Somos BCP.
 - Mensajes institucionales.
 - Correos electrónicos de la Alta Dirección.
 - Desayunos con las gerencias.
 - Sistema de denuncias Credicorp.
 - Línea de teléfono interna Somos BCP.
 - Estudio de clima laboral.
- Entrevistas con funcionarios de negocios y con asesores de ventas y servicios.
 - Jefe de atención al cliente (JAC) en las agencias BCP.
 - Banca por Teléfono.
 - Banca por Internet (Vía BCP, correo electrónico.)
 - Banca Móvil (aplicación para smartphones).
 - Atención de reclamos.
 - Comunicaciones escritas.
 - Encuestas sobre grados de satisfacción.
 - Desayunos con clientes.
 - Estudio de reputación.
 - Buzón de Denuncias Credicorp.

Comunidad y Medio Ambiente

Proveedores y Agentes BCP

Líderes de Opinión y Medios de Comunicación

¿Cómo dialoga el BCP?

- Avisos en la prensa.
 - Publicidad en medios masivos (prensa, radio, televisión).
 - Estudio de reputación.
 - Buzón para temas de responsabilidad social.
 - Informe de la huella de carbono.
 - Reporte de Sostenibilidad.
 - Reporte Anual de Emisiones al Carbon Disclosure Project.
 - Comunicación de Progreso al Pacto Mundial.
- Acuerdos a Nivel de Servicio (ANS).
 - Reuniones y encuestas de retroalimentación.
 - Correos electrónicos de las áreas que contratan servicios.
- Conferencias de prensa.
 - Notas de prensa.
 - Entrevistas.
 - Foros de discusión.
 - Ferias.
 - Eventos presenciales.
 - Estudio de reputación.

A fines del año 2012 e inicios del 2013 el BCP desarrolló un proceso de consulta a sus grupos de interés con la finalidad de conocer sus principales percepciones y expectativas sobre la gestión de responsabilidad social del Banco. Su finalidad fue desarrollar proyectos de mejora e informar sobre los mismos en sus futuros reportes de sostenibilidad. Durante el año 2016, el BCP iniciará un nuevo proceso de consulta, cuyos resultados serán publicados en el próximo Reporte de Sostenibilidad. (G4-18)

Principales Expectativas de los Grupos de Interés del BCP

Colaboradores²¹ (G4-27)

- Mantener adecuados niveles de comunicación al interior de la Empresa.
- Mejorar los beneficios que brinda el Banco, de manera que se encuentren alineados con la imagen que este proyecta.
- Desarrollar programas de capacitación dirigidos a todas las áreas de la Empresa.

Clientes²²

- Promover políticas de apoyo al crecimiento sostenible del sector empresarial.
- Fomentar buenas prácticas de responsabilidad social empresarial acordes a la actividad principal del Banco.
- Mantener mecanismos que aseguren transacciones seguras para el cliente.
- Promover productos y servicios inclusivos que permitan ampliar el acceso a más personas.

Comunidad²³ y Medio Ambiente

- Lograr que las prácticas que realiza el Banco tengan una línea de acción clara que permita identificar la imagen de la Empresa como promotora de la responsabilidad social.
- Realizar evaluaciones de impacto de las acciones que realiza el Banco hacia la comunidad.

Proveedores²⁴

- Desarrollar mecanismos de comunicación de una manera clara y sencilla.
- Promover un mayor involucramiento en los programas de responsabilidad social que realiza el Banco.
- Difundir las buenas prácticas que realiza el Banco a fin de fomentar la responsabilidad social en sus proveedores.

Gobierno²⁵ y Sociedad Civil

- Promover mayor sinergia entre las acciones del Banco y las políticas de gobierno desde el Estado.
- Desarrollar programas de responsabilidad social que promuevan el respeto por el consumidor e inclusión financiera.
- Establecer mecanismos de respuesta a los reclamos de los clientes.

Medios de Comunicación²⁶

- Lograr un reconocimiento de los programas emblemáticos que realiza el Banco.
- Desarrollar buenas relaciones con los grupos de interés directamente afectados por las prácticas del BCP.
- Mantener una adecuada comunicación con los clientes e informar de manera rápida y transparente.

Agentes BCP²⁷

- Lograr maximizar los beneficios para sus negocios.
- Mejorar los procedimientos en el sistema de transacciones.
- Mantener una adecuada comunicación y atención.
- Llegar a ser considerados como socios del Banco e insertarse en la cadena de valor.

²¹ División Comercial, Comunicación Interna, Marketing, Riesgos, Asesoría Legal, Comunicaciones, Sistemas, Tesorería, División Corporativa y Empresarial, Servicios Compartidos y División Comercial. ²² Gcz Ingenieros, Universidad San Ignacio De Loyola, IBM Del Perú y Maderera Bozovich.

²³ Incluye Proveedores en RSE: Un techo para mi País, Cenfutur, Recursos, Libélula, Cesel, Estudio Roselló, Instituto Apoyo y Ankey; y Expertos: Responde, Universidad de Piura y SASE. ²⁴ Ransa Comercial SA, Exact SAC y Telefónica del Perú. ²⁵ Entes reguladores: SBS e Indecopi. ²⁶ Incluye televisión y prensa escrita. ²⁷ Minimarket Tino, Aroma, Comercial Mas e Hijos, Bepcom Data SA, Librería Bazar Tusanra, Farmacon y José Luis Refulio Sanguinetti.

4.4. Valor Económico Generado a los Grupos de Interés (DMA DESEMPEÑO ECONÓMICO)

El desempeño operativo del BCP en el año 2015 fue sólido. Los resultados demuestran un claro enfoque en liderar los negocios en los que opera.

El valor económico directo creado y distribuido a sus diversos grupos de interés, detallado a continuación, confirma la buena gestión del Banco. (G4-EC1)

	Año 2013 (En Miles de Soles)	Año 2014 (En Miles de Soles)	Año 2015 (En Miles de Soles)
Valor económico directo creado (VEC)			
a) Ingresos = ventas netas + ingresos procedentes de inversiones financieras y ventas de activos	8'213,371	9'062,850	10'915,003
Valor económico distribuido (VED)			
b) Costes operativos = gastos generales + gastos de personal (cursos de formación/capacitación y gastos relacionados) + gastos de personal subcontratado + gastos administrativos + impuestos + contribuciones + otros gastos operativos	1'320,896	1'439,670	1'494,488
c) Provisión para créditos, neta de recuperados	1'110,272	1'346,995	1'563,848
d) Salarios y beneficios sociales para colaboradores = remuneraciones + participación de utilidades de los colaboradores + seguro médico + bonificaciones + otros beneficios (movilidad, refrigerio, entre otros)	1'388,479	1'497,985	1'629,553
e) Pagos a Gobiernos = Impuesto a la Renta	586,441	806,728	929,794
f) Pago a proveedores de fondos = dividendos de los accionistas + pago de intereses a proveedores de fondos	2'226,056	2'161,986	3'414,881
g) Inversiones en la comunidad = donaciones deducibles y no deducibles	4,658	3,305	6,059
Valor económico retenido (VER) (calculado como valor económico generado menos valor económico distribuido) = reservas + amortización + depreciación	1'576,569	1'806,181	1'876,380

4.5. Política Crediticia Ambiental

(DMA Portafolio de productos) (G4-14)

El BCP promueve la adopción de mejores estándares de protección ambiental, consolidando así su Política Crediticia Ambiental, con el propósito de establecer un proceso de análisis de los riesgos ambientales significativos para los proyectos de inversión y las operaciones de financiamiento de sus clientes.

La metodología utilizada para la evaluación de riesgo ambiental crediticio toma como referencia las directrices generales de los Principios de Ecuador, la legislación peruana de cada sector, los Guidelines de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y los indicadores de desempeño GRI de cada sector.

Esta Política Crediticia Ambiental alcanza a los clientes de Banca Corporativa y de Banca Empresas que requieran:

- Créditos de corto y mediano plazo mayores a US\$10 millones en los sectores económicos minería, petróleo y gas, electricidad y pesca.
- Financiamiento de proyectos mayores a US\$10 millones independientemente del sector económico al que pertenezcan.

Líneas de Crédito

La categorización se realiza durante una revisión anual, solicitando a cada empresa el llenado de un cuestionario ambiental por sectores. Dicha información es tabulada por el Funcionario de Créditos, obteniéndose una calificación que determina el grado de riesgo socioambiental al que está expuesto el cliente. Las calificaciones son Roja, Amarilla o Verde, siendo la categoría Roja la puntuación que revela mayor riesgo socioambiental.

Rojo

Proyectos y/u operaciones con posibles impactos ambientales negativos de alta magnitud. Estos se caracterizan por ser irreversibles, no tener una ubicación geográfica específica y no tener información histórica que permita su prevención.

Amarillo

Posibles impactos ambientales negativos de mediana magnitud. Los impactos están localizados en sitios específicos, son mayormente reversibles y fácilmente abordables a través de medidas de mitigación. Esto significa que a través de determinadas acciones y/o inversiones los riesgos pueden ser prevenidos o mitigados.

Verde

Sin riesgos ni impactos negativos significativos en el medio ambiente

Al cierre del 2015, el 80% de las solicitudes de crédito que requerían pasar por nuestra política crediticia ambiental calificaron para el préstamo.

Política Ambiental	Universo	Calificados	Verdes	Amarillos
Número de Clientes	86	69	58	11
Porcentajes	100%	80%	67%	13%

Financiamiento de Proyectos

En el caso de proyectos de inversión, una vez recepcionada la solicitud de financiamiento, un Consultor de Finanzas Corporativas le encarga a un estudio legal especializado la elaboración de un due diligence técnico legal que incluye aspectos como autorizaciones, licencias, permisos, informes de inspección, estudios de impacto ambiental, revisión procesos de consulta a las poblaciones, según aplique a las necesidades del proyecto.

En función de la calificación obtenida en ambos procesos, la instancia aprobadora de los créditos establecerá planes de acción, compromisos y el monitoreo requerido para el cliente.

4.6. Adhesión a Iniciativas Voluntarias de Promoción de la Responsabilidad Social (G4-15)

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.

Adhesión a los Principios de Ecuador (DMA Portafolio de productos)

En el año 2013, el BCP se convirtió en el primer banco peruano en adherirse a los Principios de Ecuador, los cuales son lineamientos internacionalmente reconocidos que permiten establecer estándares internacionales para determinar, evaluar y administrar el riesgo socioambiental de los proyectos de inversión de todos los sectores económicos. Tienen como objetivo principal velar porque se otorguen préstamos sólo a aquellos proyectos cuyos beneficiarios puedan demostrar su capacidad para evitar impactos significativos en el ambiente y/o de no afectar negativamente a las comunidades cercanas a sus operaciones.

Los Principios de Ecuador abarcan el financiamiento de proyectos de US\$10 millones o más para un cliente de cualquier sector económico.

La categorización se realiza durante la evaluación del proyecto. El Jefe de Proyecto completa el checklist socioambiental y obtiene una calificación que determina el grado de riesgo socioambiental al que está expuesto el proyecto. Las calificaciones son A, B o C siendo la categoría A la puntuación que revela mayor riesgo.

Categorización Socioambiental

Categoría A

Proyectos con posibles impactos sociales y/o ambientales adversos significativos. Estos se caracterizan por ser diversos, irreversibles, y sin precedentes.

Categoría B

Proyectos con posibles impactos sociales y/o ambientales adversos limitados. Los impactos son escasos en número, y por lo general localizados en sitios específicos y, en su mayoría, son reversibles y fácilmente abordables a través de medidas de mitigación.

Categoría C

Proyectos con impactos sociales y/o ambientales mínimos o inexistentes.

Para el adecuado uso de la metodología de análisis del riesgo crediticio ambiental durante el año 2015 se capacitó a 46 funcionarios de las divisiones de Riesgos, Banca Mayorista, Banca Corporativa y Banca Empresa. La capacitación incluyó los siguientes temas: Introducción sobre Principios del Ecuador, Ámbito de

Aplicación, Portafolio Expuesto, Roles y Responsables, Herramientas para el Proceso, Casos Prácticos de Aplicación de Herramientas y Factores de Éxito para el Despliegue.

Al cierre del año 2015 el Banco financió 4 proyectos que cumplen los requisitos de los Principios de Ecuador, todos desarrollados en el ámbito nacional:

Sector	Categoría A	Categoría B
Infraestructura	1	
Energía		2
Otros		1

Así también, durante el 2015 el Banco realizó 4 préstamos corporativos que cumplen los requisitos de los Principios de Ecuador, todos desarrollados en el ámbito nacional:

Sector	Categoría A	Categoría B
Energía	2	2

Carbon Disclosure Project (CDP)

El CDP es una organización global sin fines de lucro que recaba y publica información sobre el impacto ambiental de las empresas, e incentiva el diálogo entre organizaciones e inversionistas en todo el mundo, con el objetivo de generar respuestas a los problemas ambientales. Actualmente es la más grande coalición de inversionistas en el mundo.

Como parte de su compromiso con el medio ambiente, en enero de 2010 el BCP se suscribió al CDP y auspició su ingreso al Perú. De esta manera, se convirtió en la primera empresa peruana en compartir voluntariamente información transparente sobre su gobernanza climática y las emisiones de gases de efecto invernadero que genera.

Adhesión al Pacto Mundial de la ONU

En el año 2009, el BCP firmó la carta de adhesión a los 10 Principios del Pacto Mundial. Con ello, se sumó al compromiso ético de miles de empresas a nivel mundial, para prevenir cualquier violación de los derechos humanos, proteger el ambiente y promover la lucha contra la corrupción.

DERECHOS HUMANOS

Principio 1	Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente
Principio 2	No cometer abusos de los derechos humanos

TRABAJO

Principio 3	Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
Principio 4	Apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso
Principio 5	Apoyar la abolición del trabajo infantil
Principio 6	Apoyar la abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación

MEDIO AMBIENTE

Principio 7	Apoyar un criterio de precaución respecto a los problemas ambientales
Principio 8	Emprender iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental
Principio 9	Favorecer el desarrollo de tecnologías respetuosas con el medio ambiente

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Principio 10	Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y sobornos
--------------	---

Asociación de Buenos Empleadores

El BCP es miembro y socio fundador, desde el año 2006, de la Asociación de Buenos Empleadores (ABE), organización sin fines de lucro patrocinada por la Cámara de Comercio Americana del Perú (Amcham). Al ser parte de esta organización, el Banco está comprometido con el cumplimiento de prácticas responsables en la gestión de recursos humanos e impulsa los mismos en las empresas que forman parte de su cadena de abastecimiento.

5 Los 4 ejes del BCP



5. LOS 4 EJES DEL BCP

En el año 2015, el BCP continuó enfocándose en una renovada estrategia de largo plazo definida sobre la base de 4 ejes que le permitirán un desarrollo sostenible y rentable.



Colaboradores motivados

Nuestros colaboradores son el motor de nuestra Organización. Por ellos, nos hemos trazado el reto de convertirnos en la mejor opción para trabajar en el país.



Clientes contentos

Queremos que el cliente esté en el centro de nuestras decisiones y que viva una experiencia de marca única. Por él renovamos nuestra imagen y nuestra promesa, y trabajaremos hasta convertirnos en el "Banco más Enfocado en sus clientes.



Gestion del riesgo sobresaliente

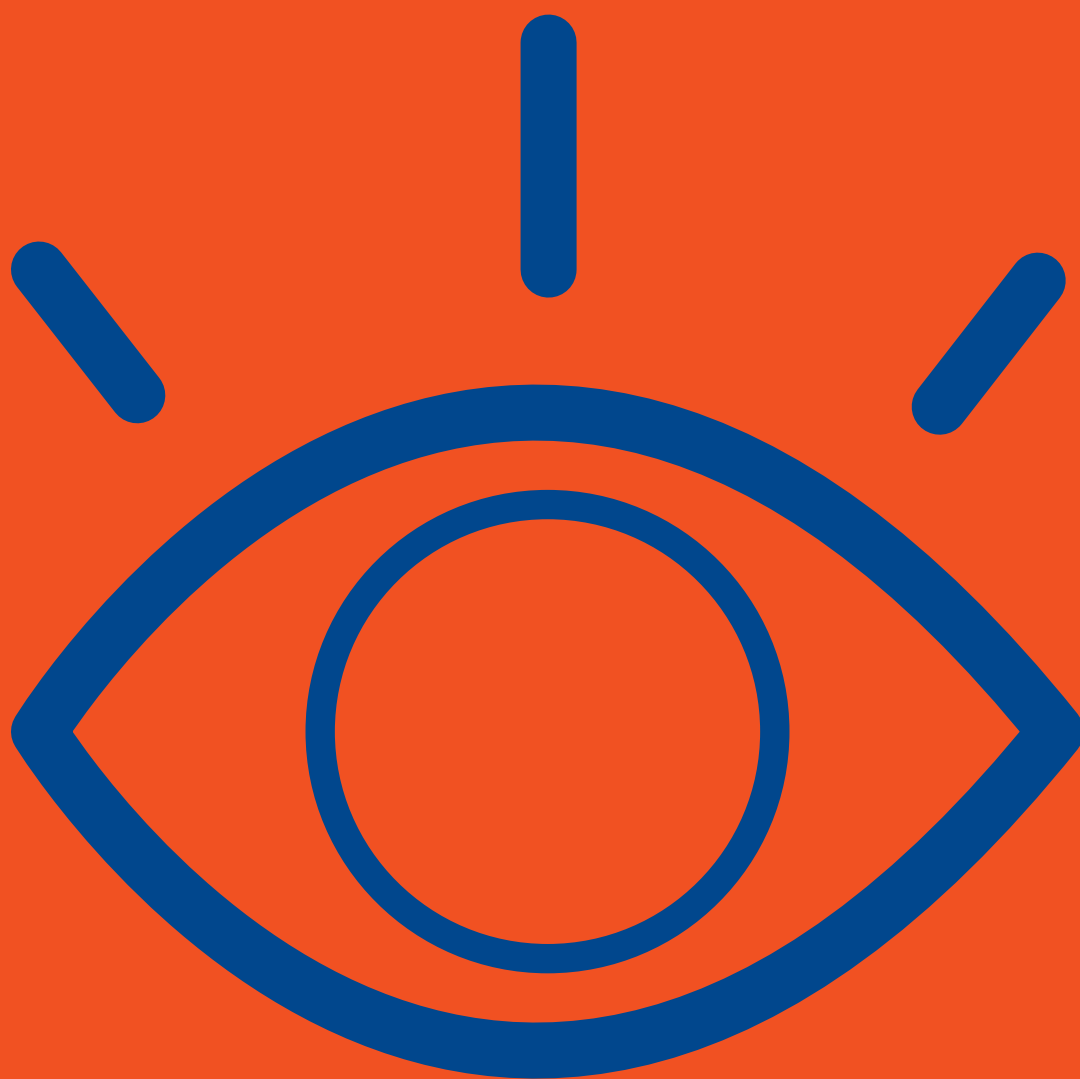
Hemos liderado el mercado peruano durante 125 años, siendo modelo en la gestión del riesgo. ¡Y queremos seguir superándonos a nosotros mismos!



Crecimiento eficiente

Nos proponemos seguir creciendo, pero de manera eficiente, garantizando nuestro liderazgo en el mercado por 125 años más.

6 Gestion del riesgo sobresaliente



6. GESTIÓN DEL RIESGO SOBRESALIENTE

Durante el año 2015 el BCP continuó con el fortalecimiento de su gestión de riesgos, en línea con las mejores prácticas internacionales.

El BCP, a través de su Comité de Riesgos, administra los riesgos de su actividad considerando las mejores prácticas y cumpliendo con los requerimientos legales y regulatorios de cada país en el que opera.²⁸

6.1. Lucha contra la Corrupción (DMA Lucha contra la Corrupción)

Programa Anticorrupción BCP

El BCP cuenta con una Política Corporativa de Prevención de la Corrupción y del Soborno, alineada con los requerimientos establecidos en la regulación extranjera, tanto de EE.UU. (FCPA), como del Reino Unido, (UKBA).

En este marco, se cuenta con un Programa Anticorrupción que busca establecer pautas que deben cumplir todos los colaboradores a fin de mitigar el potencial riesgo de corrupción y/o soborno en su relación con los diferentes grupos de interés del Banco. El objetivo principal del programa es establecer una estructura que permita instaurar un ambiente de control donde la integridad, honestidad y transparencia prevalezcan en las acciones de los colaboradores, quienes tienen el deber de conducirse dentro de las restricciones establecidas por la regulación local y extranjera referida a la mitigación del riesgo de corrupción y/o soborno.

Asimismo, el BCP cuenta con un buzón a través del cual los colaboradores pueden hacer llegar sus consultas

e inquietudes; y un sistema de denuncias que les permite presentar alertas o denuncias sobre potenciales incumplimientos a los lineamientos de conducta establecidos por el Banco. Este canal de comunicación funciona las 24 horas del día y se denomina Alerta Genética Credicorp.

Finalmente, es importante mencionar que la Política Corporativa de Prevención de la Corrupción y del Soborno establece también restricciones para los proveedores, Agentes o terceros vinculados al Banco. Estas están referidas a los actos que se encuentran prohibidos de realizar en base a la legislación en materia anticorrupción y antisoborno establecidas en los países y/o mercados donde opera el Banco.

Incidentes de Corrupción (G4-S05)

Durante el año 2015 se registraron 224 actos dolosos y/o fraudes cometidos por colaboradores. La medida tomada fue el cese de los mismos. Para evitar nuevos casos, se continuó fortaleciendo la Línea Ética del BCP.

²⁸ Tomado de la Memoria Anual BCP 2015.

Por su parte, la Gerencia de Desarrollo Humano ha realizado talleres para los gerentes de agencias sobre temas legales y laborales y ha implementado una base de datos que permite tener estadísticas de las medidas disciplinarias adoptadas para identificar en qué zonas se están produciendo mayores casos y qué tipos son los más frecuentes, y así poder dar alertas de manera oportuna.

Asimismo, durante el 2015, a través del Buzón de Denuncias Credicorp, se reportaron 4 casos de corrupción y/o soborno cometidos por colaboradores relacionados al Programa Anticorrupción.

Las capacitaciones a los colaboradores respecto al Programa Anticorrupción se realizaron como se detalla a continuación: **(G4-SO4)**

Capacitación Virtual	Año 2014	Año 2015
Inducción	3,910	4,002
Actualización	14,995	15,077

Sistema de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo (SPLAFT)

Durante el periodo 2015 se actualizó la evaluación de riesgo de lavado de activos de cada uno de los clientes, productos, canales y zonas del Banco; y se determinó el perfil de riesgo de lavado de activos al que se está expuesto. Además, Credicorp brindó capacitación sobre el Splaft, de manera presencial, a 2,776 colaboradores que laboran en las unidades de mayor riesgo en las empresas de la Corporación.

En el caso del sistema antilavado, se mantiene comunicaciones permanentes sobre temas específicos que garantizan la adecuada comunicación de los puntos más relevantes que permiten mantener la alerta para evitar el uso del BCP como canal de ingreso de dinero ilegal.

Estadística al Año 2015

Indicadores	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Casos evaluados	18,679	21,018	16,705
Casos reportados a la UIF ²⁹ - Perú por corrupción de funcionarios públicos	123	333	367

Sanciones al Personal

Indicadores	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Número de sanciones al personal por incumplimiento al Splaft	684	484	1,384
Porcentaje de colaboradores sancionados	4.1%	2.9%	8.1%

²⁹ Unidad de Inteligencia Financiera.

Durante el año 2015, los principales procedimientos implementados y destinados a la prevención y detección de operaciones inusuales y/o sospechosas, fueron los siguientes:

- Incorporación de nuevos controles y restricciones para operaciones en efectivo.
- Incorporación de actividades de control para los procesos de evaluación de banca corresponsal o reconocimiento de las empresas remesadoras del exterior.
- Incorporación de mejoras en el proceso de identificación de clientes de servicios de corresponsalía o agenciamiento con empresas extranjeras.

- Actualización del proceso de debida diligencia reforzada a clientes sensibles.

Capacitación

Durante el año 2015, y de acuerdo a las normas de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), se realizaron 100 eventos de capacitación sobre prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo, en los que participaron un total de 19,676 colaboradores. De ellos, 400 detentaban cargos directivos (gerentes y subgerentes).

Indicadores	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Eventos de capacitación	137	102	100
Número de colaboradores capacitados en procedimientos y políticas antilavado	19,320	18,337	19,676
Porcentaje de colaboradores formados en procedimientos y políticas antilavado	97.8%	98.0%	98.5%
Número de directivos capacitados en procedimientos y políticas antilavado	383	400	400
Porcentaje de directivos formados en procedimientos y políticas antilavado	98.0%	98.5%	98.5%

6.2. Programa de Cumplimiento Normativo

(DMA Cumplimiento Sociedad)

El principal objetivo del Programa de Cumplimiento Normativo es implementar una estructura que permita velar por el adecuado cumplimiento de la normativa que le sea aplicable a Credicorp y a sus subsidiarias, entre ellas el BCP. Adicionalmente a prevenir, detectar y corregir cualquier actividad que vaya contra el cumplimiento de la normativa vigente aplicable a la Corporación, el programa busca, (i) evidenciar a los grupos de interés del Banco el compromiso con una conducta diligente, alineada a ley; y (ii) establecer procedimientos que aseguren la implementación de la regulación aplicable a cada empresa de la Corporación.

En diciembre de 2015 se aprobó en sesión de Directorio Credicorp la modificación al Manual Corporativo de Cumplimiento Normativo, el cual fue posteriormente ratificado por el Directorio BCP. Esta modificación, que precisa las principales definiciones, obligaciones y responsabilidades que tienen los colaboradores de la Corporación para la adecuada implementación de una estructura de cumplimiento normativo; mantiene una estructura que concuerda con la Política de Gobierno Corporativo Credicorp.

Durante el año 2015, la SBS impuso al Banco una multa de 24 unidades impositivas tributarias (UIT) como conclusión a un procedimiento sancionador. (G4-S08)

6.3. Compras Responsables (G4-12)

Los proveedores del BCP son parte activa en la elaboración y entrega de los productos y servicios que ofrece. En ese sentido, son considerados una pieza fundamental en la cadena de valor, debiendo demostrar en todo momento su capacidad para cumplir con los estándares de operación y servicio exigidos por el Banco. Durante el año 2015, el 73% de las compras del BCP fue atendido por 387 proveedores.

Proceso de Negociación de Compras (G4-12)

En el año 2010 se creó la Gerencia de Compras Centralizadas y se definieron los procesos para realizar las adquisiciones y contrataciones de proveedores en el Banco, que incluyen la administración de riesgos y la identificación de potenciales contingencias. A continuación, se presenta un breve resumen de las principales actividades desarrolladas en el proceso de compra:

Proceso de Negociación de Compras

Selección y filtrado de proveedores

Para ser proveedor del BCP se requiere que la empresa demuestre, en forma consistente, una situación financiera adecuada, comportamiento ético y legal ejemplar; cumplimiento oportuno de las obligaciones con su personal, con las entidades financieras, con sus propios proveedores, con organismos reguladores y otros; y capacidad para prestar servicios en las condiciones requeridas.

Identificación de riesgos por servicio a negociar

Los responsables de las negociaciones tienen la obligación de identificar los posibles riesgos del servicio, establecer los controles y mitigadores con sus usuarios, e incorporar estos en la contratación del servicio.

Formalización de acuerdos contractuales

Los responsables de las negociaciones deben formalizar los términos y condiciones comerciales, en el marco del contrato estándar del BCP. En el mismo, se incluyen cláusulas de cumplimiento regulatorio laboral, de industria y otras leyes aplicables a su negocio.

En estas cláusulas se hace especial énfasis en las obligaciones del proveedor que reducen el riesgo de vulneración de los derechos humanos de sus trabajadores. Se establece, también, que el proveedor deberá dar cumplimiento a las disposiciones que aseguren las normas de seguridad y salud en el trabajo. En dichas cláusulas se indica los siguientes puntos relacionados:

- El proveedor reconoce la vigencia y el pago de los derechos laborales, como remuneraciones, gratificaciones y otras contribuciones.
- En el caso de servicios tercerizados, se incluyen consideraciones para asegurar que, conforme a ley, el personal desplazado no exceda la jornada máxima de trabajo.
- En los contratos de prestación de servicios se indica que ambas partes deberán cumplir con todas las obligaciones previstas en las normas legales que regulan la tercerización de servicios.

Programa de Homologación a Proveedores

El Banco homologa a sus proveedores:

- Estratégicos o de alto riesgo.
- Que brindan servicios recurrentes con personal destacado dentro del Banco.
- Que brindan servicios recurrentes cuyo periodo de contratación sea de 1 año a más y cuya facturación anual sea mayor a US\$30M.
- Extranjeros que cuenten con personal destacado dentro de las instalaciones del Banco.
- Los cuestionarios tienen preguntas relacionadas al cumplimiento de aspectos de formalización, de responsabilidad social, de aspectos laborales y de seguridad y salud en el trabajo. Durante el año 2015 se emitieron 86 informes de homologación.

Proceso Continuo de Control de Riesgos de Proveedores (G4-12)

Periódicamente, se controla la gestión del riesgo operativo de la Gerencia del Área de Administración.

Proceso Continuo de Control de Riesgos de Proveedores Durante la Ejecución Contractual del Servicio

Monitoreo de los cambios en la situación financiera de los proveedores en las centrales de riesgos

Se evalúa a los proveedores que se encuentren reportados en las diferentes centrales de riesgo, así como si están relacionados al lavado de activos o actividades ilícitas. Se estima la información conjuntamente con el Área de Prevención y Cumplimiento, con el objetivo de evitar trabajar con proveedores que no cumplan con las normativas internas y externas, evitando la generación de riesgos financieros y reputacionales.

Monitoreo del pago oportuno de facturas a los proveedores

Se verifica el pago oportuno a los proveedores en las fechas establecidas, para asegurar que se cumpla con los compromisos legales adquiridos con los proveedores y así evitar pérdidas por demandas legales o pérdidas reputacionales.

Monitoreo del cumplimiento del acuerdo de niveles de servicio

Los acuerdos de nivel de servicio con los proveedores son revisados y validados por los usuarios del servicio. El cumplimiento del seguimiento es monitoreado por la Unidad de Control Interno para asegurar que las metas de servicio comprometidas en los contratos se cumplan, así como la definición de planes de acción en casos de incumplimiento que puede incluir la ejecución de penalidades o la rescisión del contrato.

7

Crecimiento
Eficiente



7. CRECIMIENTO EFICIENTE

7.1. El BCP en Cifras (G4-9)

Número de operaciones	460 agencias a nivel nacional
Número total de colaboradores	17,342 colaboradores
Ingresos (ventas netas + ingresos procedentes de inversiones financieras y ventas de activos)	S/.10'915,003 miles de nuevos soles.
Activo	S/.120,262,491 miles
Pasivo	S/.108,338,739 miles
Patrimonio	S/.11,923,752 miles

7.2. Compromiso con la Eficiencia Ambiental

El BCP incorpora la gestión ambiental en sus operaciones a través del cálculo de su huella de carbono. Durante el año 2015, se ejecutaron proyectos de gestión en residuos sólidos y en el transporte de los colaboradores. Además, se reforzó la estrategia de comunicación interna denominada Eco Lógica, con el objetivo de crear conciencia corporativa en temas de sostenibilidad.

i. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) (DMA Emisiones)

Conscientes de la importancia del rol del sector privado en la mitigación del cambio climático, desde el año 2008 el BCP realiza la medición de los GEI generados a través de sus actividades. Esta medición es el indicador principal de eficiencia ambiental del Banco, dado que los GEI son uno de los mayores responsables del calentamiento global.

La medición de la huella de carbono (HC) se realizó de acuerdo a lo requerido por la norma ISO 14064-1. También se siguieron los lineamientos dados por el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (Greenhouse Gas Protocol), elaborado por el World Resources

Institute (WRI) y el World Business Council for Sustainable Development (Wbcsd).

Según las distintas metodologías antes mencionadas, hay 3 alcances dentro del cálculo de la HC:

- **Alcance 1: Emisiones Directas:** Abarca las emisiones de GEI controladas por el Banco.
- **Alcance 2: Emisiones Indirectas de Energía:** Considera a las emisiones generadas por la electricidad adquirida y consumida por el BCP.
- **Alcance 3: Otras Emisiones Indirectas:** Incluye el cálculo del resto de emisiones indirectas.

A continuación, se brinda el detalle del total de toneladas de CO2 equivalente emitidas por el BCP durante el año 2015: (G4-EN15) (G4-EN16) (G4-EN17)

Alcances	Toneladas de CO2 Equivalente (t CO2e)
Alcance 1: Emisiones Directas	616.29
Cocina	164.49
Extintores	4.76
Fertilizantes	9.37
Generadores eléctricos	111.84
Transporte de vehículos propios	325.82
Alcance 2: Emisiones por Consumo de Electricidad	17,387.10
Consumo de electricidad de las instalaciones del BCP	16,733.69
Consumo de electricidad de cajeros fuera de las agencias BCP	653.41
Alcance 3: Emisiones Indirectas	22,731.97
Consumo de agua	397.98
Consumo de papel	6,447.61
Desplazamiento del personal al trabajo	8,864.64
Generación de residuos	1,434.46
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	1,890.00
Servicios de taxi de la Empresa	159.18
Transporte de residuos	54.32
Viajes en avión	2,928.98
Viajes terrestres nacionales	142.44
Valijas	412.37
Total Huella de Carbono	40,735.36
Emisiones de GEI no-Kyoto: Gas R-22	4,742.32
Emisiones directas de CO2 por quema de biomasa	29.28
Emisiones indirectas de CO2 por quema de biomasa	555.91
Total de Emisiones de GEI	46,062.87

Las emisiones directas en la HC del BCP en el año 2015 representaron un 1.34% del total; mientras que las emisiones indirectas generadas por el consumo de electricidad y las de Alcance 3 generaron el 37.75% y el 49.35% del total, respectivamente.

Adicionalmente, se midieron los gases HCFC (R-22), empleados como refrigerantes³⁰ y las emisiones directas e indirectas generadas por la quema de biomasa. Las fugas de dicho gas supusieron 4,742.32tCO2e y la quema de biomasa generó 585.19tCO2e, por lo que la suma de emisiones del BCP durante el año 2015 alcanzó un total de 46,062.87tCO2e.

³⁰ Los HCFC están regulados por el Protocolo de Montreal por lo tanto el Protocolo GEI, indica que se reporten separadamente de los alcances 1, 2 y 3.

Total de las Emisiones de CO2 del BCP en el Año 2015

Emisiones Totales (En Toneladas de CO2 Equivalente- tCO2e)

46,062.87

ii. Consumo de Energía

En el BCP se consume energía directa de fuentes no renovables y energía indirecta de fuentes renovables y no renovables. Durante el año 2015, el Banco no realizó cambios esenciales en el uso de energía para la provisión de sus productos o servicios. Sin embargo, en el año 2013, el Banco realizó un estudio de eficiencia energética en 2 de sus agencias³¹. Los resultados de esta investigación permitieron determinar dónde y cómo es utilizada la energía y de qué forma se puede reducir su uso. Con estos resultados, se diseñarán proyectos que permitirán implementar medidas de ahorro de costos y reducción de impactos ambientales en las agencias durante el periodo 2015-2016. (DMA Energía)

Consumo Interno de Energía (G4-EN3)

El principal elemento de consumo directo de energía es el combustible (gasolina y diésel). El BCP cuenta con una flota de vehículos para el traslado de directores o gerentes en visitas a clientes o a otras empresas, en la que todas las unidades vehiculares han pasado revisiones técnicas. Para el caso del Banco, dichas emisiones atmosféricas no son significativas al cumplir con todas las regulaciones técnicas vigentes.

Con el propósito de mantener el consumo de combustible de esta flota en un nivel mínimo indispensable, se desalienta el uso de estos vehículos para fines personales. El consumo de combustible del parque automotor del BCP en el año 2015 fue de un total de 3,584.16GJ.

Detalle del Consumo de Combustible del Parque Automotor en el año 2015

Diésel B5	Gasolina	Tipo de Vehículo	Número de Vehículos	Cantidad	
				En Galones (gal)	En Gigajulios (GJ)
		Camioneta	29	11,065.63	1,520.37
Diésel B5		Automóvil	18	3,274.58	397.86
	Gasolina	Camioneta	58	13,711.55	1,665.93

Parte del consumo de diésel en el año 2015 fue usada en grupos electrógenos y otra parte en consumo de GLP en las cocinas ubicadas en Lima. Juntando ambos consumos, en total, los combustibles representaron un total 4,008.15GJ.

Recurso		Cantidad	
		En Galones (gal)	En Gigajulios (GJ)
Diésel para grupos electrógenos		11,522.91	1,583.20
Combustible para cocinas	GLP ³²	27,525.00	2,424.95

³¹ San Juan de Lurigancho y Juan de Aliaga.

³² Factor de conversión 0.0881 GJ/galón Fuente: Liquid Fuel Measurements and conversions <http://www.extension.iastate.edu/agdm/>

Durante el año 2015, el consumo indirecto de energía estuvo únicamente compuesto por la energía eléctrica del BCP, tal como se muestra a continuación: (G4-EN3)

Recurso	Cantidad	
	En Megavatios-hora (MWh)	En Gigajulios (GJ)
Energía eléctrica consumida en Lima	51,251.94	184,506.98
Energía eléctrica consumida en provincias	20,715.40	74,575.44
Energía eléctrica consumida en cajeros fuera de las Agencias BCP	2,810.16	10,116.58

Consumo de energía eléctrica consumida por el BCP en los 3 últimos años	Cantidad	
	En Megavatios-hora (MWh)	En Gigajulios (GJ)
2013	57,697.30	207,710.28
2014 ³³	71,352.08	256,867.49
2015 ³⁴	74,777.50	269,199.00

iii. Consumo de Materiales

El consumo de papel representa alrededor del 14% del total de la huella de carbono del BCP en el año 2015. Actualmente, se continúa una campaña de concientización y comunicación a los colaboradores de la Sede Central del Banco, iniciada durante el ejercicio 2014, cuyo fin es promover en ellos el consumo eficiente de dicho recurso y fomentar el correcto reciclaje del mismo. Así también, todas las impresoras y fotocopiadoras del edificio están programadas para imprimir a doble cara, siendo esta la opción predeterminada cuando se imprime un documento. Se espera replicar estas acciones en el resto de las instalaciones del BCP como próximo paso. En esa misma línea, en el periodo 2015 se inició un proyecto piloto para otorgar créditos personales sin la necesidad de utilizar papel (crédito paperless). Los buenos resultados obtenidos en este piloto han

servido de base para empezar los procesos internos necesarios para masificar este tipo de créditos. (DMA Materiales) (G4-EN1)

Principales materiales utilizados en el año 2015	Cantidad (En Kilogramos) ³⁵
Papel ³⁶	1'834,325.93
Cartón	23,472.29
Cartulina	10,978.35
Tarjetas	26,863.54
Clave Digital (token)	3,747.90
Pilas	475.85

³³ Parte del aumento se debe al incremento del número de instalaciones consideradas en la medición.

³⁴ Parte del aumento se debe al incremento del número de instalaciones consideradas en la medición.

³⁵ La información presentada corresponde a las cantidades adquiridas durante el año 2015, mas no necesariamente a las cantidades consumidas.

³⁶ La información representa la sumatoria de todos los tipos de papel comprados como parte de las actividades: auto copiativo, bond, couché, higiénico, toalla, entre otros.

7.3. Compromiso con la Comunidad

(DMA Comunidad) (G4-S01)

El BCP viene desarrollando iniciativas que tienen como propósito mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, promoviendo la buena ciudadanía corporativa, preservando el ambiente e impulsando la activa participación de sus colaboradores.

El Banco tiene una tradición importante de apuesta por la educación. Lo ha venido haciendo en las últimas décadas y con un renovado ímpetu en los últimos años, en los que ha redirigido sus iniciativas de responsabilidad social para focalizarse en proyectos educativos.

Para el BCP, la forma responsable de bancarizar a la población pasa por fortalecer sus competencias y capacidades, a fin de empoderarla como usuaria del sistema, contribuyendo de esa manera a forjar una sociedad más inclusiva, con peruanos que ejercen mejor su ciudadanía y que tienen buenos hábitos financieros.

Con el propósito de apuntalar la sostenibilidad de sus operaciones y alcanzar los objetivos propuestos, el BCP asume los siguientes compromisos:

- Priorizar programas de alto impacto dirigido a los grupos de interés priorizados.
- Enfatizar el componente participativo de los proyectos.
- Forjar alianzas con organismos ejecutores idóneos, incluyendo instituciones gubernamentales, académicas y no gubernamentales y otras instancias representativas de la sociedad civil.
- Incorporar directamente el componente de voluntariado en cada una de las iniciativas de responsabilidad social empresarial implementadas.
- Promover la inclusión financiera (incluyendo la cobertura previsional y de seguros) a través de la implementación de distintos programas, especialmente aquellos de carácter educativo dirigidos a segmentos poblacionales más vulnerables.

A continuación, se presentan los programas implementados durante el año 2015:

i. Programa Voluntarios BCP

Voluntarios BCP, es un programa donde los colaboradores se convierten en agentes de cambio social, entregando su tiempo, sus conocimientos, sus recursos y sus habilidades a todos los beneficiarios de una manera comprometida y entusiasta. Los espacios en que los voluntarios BCP se desarrollan son:

Voluntariado por una causa: Se realizaron campañas en donde el voluntario participa activamente realizando donaciones de cualquier índole. Durante el año 2015 se realizaron actividades como: Navidad³⁷, Teletón, campaña contra el friaje, donación de sangre y campañas autogestionables³⁸.

Voluntariado por un día: Se ofrece diversas alternativas para que, dependiendo del perfil y gusto del voluntario, este decida en qué actividad prefiere inscribirse. Todas las actividades, que duran solo un día, están enfocadas a educación.

Voluntariado más: En este tipo de voluntariado el aporte del colaborador es fundamental, pues es parte de la planificación, gestión e implementación de ideas. Se desarrollan los siguientes proyectos: Programa de educación en colegios SUMA, Concursos Emprendimientos Sociales Ideas Voluntarias y Asesorías Financieras Pro Bono.

³⁷ Campaña navideña en la cual se realiza una fiesta para niños beneficiarios del programa.

³⁸ Iniciativas gestionadas por los mismos voluntarios.

Cifras del Programa Voluntarios BCP 2015

2,224	3,871	34,054	23,250	54
voluntarios	participaciones	horas de trabajo	Beneficiarios	actividades

ii. Semillero de Talentos BCP

Busca contribuir a que los jóvenes más talentosos, con dificultades económicas, puedan desarrollar todo su potencial, y así convertirse en profesionales altamente empleables y agentes de cambio para el país. Esta iniciativa facilita el acceso y continuidad de estudios universitarios de calidad mediante un programa que tiene los siguientes componentes:

- Financiamiento mediante becas integrales y créditos educativos subvencionados y en condiciones flexibles
- Acompañamiento para el desarrollo del Talento y la Empleabilidad
- Promoción de su inserción laboral en las empresas del grupo CREDICORP

Desde la creación del programa en el año 2013, se ha beneficiado a 851 jóvenes, 78 de los cuales obtuvieron el financiamiento mediante la beca integral y 773 mediante el crédito educativo subvencionado y en condiciones flexibles.

Cifras del Programa de Créditos y Becas BCP en el año 2015

20
becas
entregadas

223
nuevos créditos educativos
subvencionados y
en condiciones flexibles

iii. Programa de Educación Financiera Contigo en tus Finanzas BCP

El BCP es la primera empresa del Perú que asume un rol activo y de liderazgo para impulsar la educación financiera en el país. Este programa, que busca mejorar la gestión de las finanzas personales y familiares promoviendo cambios en sus actitudes hacia el uso de productos y servicios del sistema financiero formal, se desarrolla bajo la metodología de edutainment, que integra la educación con el entretenimiento a través de ferias, shows artístico-culturales y juegos. Las actividades del programa incluyen:

Contigo en tus Finanzas en Aula: En el año 2015, el BCP firmó un convenio por 3 años con el Ministerio de Educación (Minedu) y con la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM) para dar inicio a este proyecto que busca determinar la manera en que la educación financiera debe ser incorporada en la currícula escolar nacional. De esta manera, se trabajó un proyecto piloto donde se capacitó a 250 docentes de Lima Metropolitana teniendo un impacto de más de 27,000 estudiantes de secundaria.

Feria Financiera Todo Sobre Lucas: Es un formato de feria de 2 días de duración donde, de manera lúdica, se les enseña a jóvenes de educación superior conceptos como ahorro, presupuesto, sistema financiero, crédito y tarjeta de crédito. Estas ferias eran complementadas con ponencias realizadas por reconocidos economistas. En el año 2015 se realizaron 24 ferias financieras alcanzando a más de 107mil jóvenes.

Capacitación a Agentes BCP: Este proyecto busca contribuir a la consolidación de los Agentes BCP como educadores financieros de su barrio. Se espera que sus clientes logren un mejor uso de los productos y servicios financieros gestionados en el agente y los beneficios del sistema financiero formal. Durante el año 2015, se pudo llegar a 267 agentes a nivel nacional.

iv. Obras por Impuestos (DMA Consecuencias Económicas Indirectas) (G4-EC7)

El BCP fue la primera entidad financiera que se acogió al mecanismo de la Ley Obras por Impuestos, Ley N° 29230³⁹. El Banco sigue trabajando con diferentes gobiernos regionales y locales para la implementación de obras de infraestructura social, presentando una cartera de proyectos que hasta la fecha suman más de S/668 millones invertidos, distribuidos entre los sectores Saneamiento, Transporte, Seguridad Ciudadana, Educación y Salud.

Durante el año 2015, la cartera de proyectos financiados por el BCP se incrementó a 63 iniciativas, lo que supone 18 obras más respecto al año 2014. De estas, 3 se encuentran en plena ejecución y 11 fueron entregadas en el transcurso del año. El monto valorizado en el año 2015 ascendió a S/143 millones y los lugares en donde se invirtió este dinero fueron Callao, Lima, Arequipa, Cajamarca, Loreto, Piura e Ica; beneficiando a más de 150,000 personas.

Si bien los proyectos ejecutados responden a cubrir las necesidades básicas de la población, se destaca el aporte del Banco a favor de la educación, al considerarla como la base para lograr un crecimiento con igualdad de oportunidades. Estas iniciativas no solo consideran la construcción de unidades educativas, sino además, el equipamiento de los laboratorios de ciencia y las salas de cómputo y la renovación del mobiliario escolar.

La intervención en estas zonas es importante no solo porque se cierran las brechas de infraestructura básica, sino porque se generan nuevos puestos de trabajo y se dinamiza el comercio afín a la construcción. Por este motivo, siempre se eligen empresas constructoras de la zona⁴⁰, quienes tienen mejor manejo en la selección y entrenamiento del personal local, cubriendo 100% de la mano de obra no calificada. Para todos los casos, se asegura que el personal esté debidamente identificado y que tenga mayoría de edad.

³⁹ La ley permite a las empresas privadas destinar hasta el 50% del impuesto a la renta, pagado el año anterior, en la construcción de obras de infraestructura de carácter público impulsadas por Gobiernos regionales o municipalidades con ingresos provenientes del canon o sobre canon. Al finalizar la obra, el Estado extiende un certificado a la empresa privada por el monto de la inversión de la obra para que pueda utilizarlo como medio de pago de su impuesto a la renta.

⁴⁰ Estos procesos se realizan a través de las empresas ejecutoras.

8

Cientes
Contentos



8. CLIENTES CONTENTOS

El compromiso del BCP con sus clientes es brindarles una experiencia bancaria simple, que les proporcione soluciones eficientes y rápidas. La filosofía es ser un Banco para todos: accesible a los diferentes segmentos, con una variada oferta de productos y con un servicio de calidad que los distinga.

Desde finales del año 2014, el Banco apostó por trabajar una estrategia de enfoque en el cliente; renovó su promesa de marca y empezó a trabajar al interior de toda la organización en un programa de sensibilización que va desde la Gerencia General hacia los líderes de cada área y sus equipos, integrando la gestión de la experiencia del cliente en los modelos de gestión, alineando las políticas de incentivos y reconocimiento así como una serie de iniciativas y planes de mejora de procesos críticos para el cliente interno y externo.

Este programa e iniciativas de experiencia del cliente, así como el nuevo Centro de Innovación, forman parte hoy de la nueva División de Clientes Contentos que se creó recientemente en la estructura del Banco.

8.1. Modelo Integral de Seguridad

(DMA Seguridad y Salud de los Clientes) (G4-PR1)

El Banco tiene desplegado un Modelo Integral de Seguridad⁴¹ que es transversal al cliente interno, externo y a sus demás grupos de interés y tiene como pilares la información, procesos, personas, tecnología y experiencia al cliente; enfocado en los frentes de la Prevención, Detección, Respuesta y Recuperación.

Para este fin se cuenta con una infraestructura que cumple con las normas técnicas nacionales e internacionales, herramientas especializadas, personal altamente calificado y protocolos de seguridad cada vez más sofisticados para que las operaciones del cliente no requieran ser de manera presencial. Paralelamente, también se educa a los grupos de interés en la identificación y prevención de riesgos de seguridad bajo el marco de las buenas prácticas internacionales; además de tener como especial misión dar soporte al negocio orientado bajo lineamientos de eficiencia, manejo del riesgo, Smart Data y un claro enfoque hacia la banca digital.

Las agencias del Banco cuentan con un modelo de

custodia diseñado en función al nivel riesgo que se presenta. Los sistemas de seguridad cumplen con la normativa vigente de la Sucamec, dependiente del Ministerio del Interior, en relación al Reglamento de Requisitos Mínimos de Seguridad para Instituciones Financieras.

Programa Integral de Seguridad Bancaria

El BCP forma parte del Programa Integral de Seguridad Bancaria y actúa bajo protocolos de incidentes y atención de alarmas de manera permanente en todas sus instalaciones incluyendo agencias y cajeros automáticos (ATM). El Banco cuenta con una central de alarmas y monitoreo (24x7) en la cual se atienden las alertas de la Red de Agencias y ATM. Las señales que se reciben son validadas previamente mediante sistemas de circuito cerrado de televisión (CCTV). Luego de determinar la condición, se solicita el requerimiento de apoyo de unidades de respuesta de la Policía Nacional del Perú, mediante la coordinación con la Asociación de Bancos (Asbanc).

⁴¹ Comprende oficinas, canales, productos y servicios en general.

El personal de vigilancia cuenta con lineamientos establecidos para no exponer a clientes y colaboradores ante el uso de armas, incluyendo situaciones de asalto. Las acciones del personal de vigilancia son de prevención y alerta temprana ante indicios de condiciones de riesgo en agencias.

Finalmente, el BCP es consciente de la existencia de riesgos relacionados con la disponibilidad y traslado de dinero por el cliente. Por este motivo, el Banco ofrece a sus clientes, entre las alternativas para retirar dinero, diversas opciones que van desde realizar cheques de gerencia o transferencias interbancarias hasta contratar a una empresa transportadora que mantiene altos estándares de seguridad y que asegura la disponibilidad de dinero para atender sus requerimientos.

Prevención de Fraudes

En cuanto al fraude de tarjetas de débito y crédito, el BCP cuenta con un sistema de monitoreo 24x7 que genera alertas con base en el cumplimiento de reglas establecidas en función a la concentración y tendencia de las modalidades de fraude, las cuales son monitoreadas día a día por especialistas.

Cuando las transacciones realizadas cumplen un patrón identificado como fraudulento de acuerdo al punto anterior, el Banco se contacta con el cliente para tomar conocimiento si se realizó o no la operación. Luego de la identificación de cierto patrón, se generan alertas de acción para controlar fraudes potenciales. En el caso de los ATM, se cuenta con un sistema de alerta monitoreado por el Centro de Monitoreo de Cajeros Automáticos quienes, al detectar una atención no autorizada, coordinan con el área de Seguridad para enviar unidades de respuesta a verificar las condiciones del mismo.

8.2. Transparencia en la Información

(DMA Etiquetado de los productos y servicios)

El BCP cumple las normas de transparencia en la información y de control de la competencia desleal que regulan la información que debe brindar a los consumidores del sistema financiero. Las acciones del BCP van más allá del mero cumplimiento de la norma pues, para mejorar el nivel de entendimiento por parte de los usuarios, ha realizado diversos estudios de mercado para entender las barreras de comprensión por parte de los mismos.

De manera adicional, el BCP cumple con las normas del Sistema de Relaciones del Consumidor que la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc) emitió, a fin de ir más allá de las normas de la SBS. El objetivo es mejorar el acceso del usuario a la información y permitirle comparar productos y servicios financieros, entre las ofertas de los distintos bancos.

Es importante destacar que el BCP y todos sus productos cumplen con el marco legal vigente, que incluye el Decreto Legislativo N° 1044, la Ley N° 29571 establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor y,

adicionalmente, con la Ley Complementaria de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, reglamentada mediante la Resolución SBS N° 8181-2012.

El objetivo de estas normas es regular la información que debe brindarse a los usuarios en distintas etapas, las cuales pueden ser resumidas en 3:

- **Etapla precontractual;** es decir, la búsqueda de información y comparación entre las ofertas de las distintas entidades financieras.
- **La contratación.**
- **Postventa.**

Estas normas establecen la información que debe incorporarse en tarifarios, oficinas de atención al público, páginas web, folletos informativos, documentos contractuales, estados de cuenta y otros medios que son utilizados por las entidades financieras en las etapas antes indicadas. Para asegurar su cumplimiento, la resolución exige la designación de un Oficial de Atención al Usuario.⁴²

⁴² Existen productos y servicios comercializados por el BCP pero emitidos por otras empresas (como es el caso de Seguros y Fondos Mutuos) que se rigen por normas especiales.

8.3. Publicidad y Marketing Responsable

(DMA Comunicaciones de Marketing)

La comunicación que promoció el uso o contratación de los productos y servicios del BCP se encuentra sujeta a los Lineamientos de Publicidad de Productos Financieros de Asbanc.

Estos lineamientos aplican para un grupo de productos que incluyen tarjetas de crédito, créditos de consumo en cuotas, créditos hipotecarios para vivienda, cuentas de ahorro, depósitos a plazo fijo, cuentas por compensación de tiempo de servicio -CTS- y otros créditos de consumo con modalidad revolvente; así también, rigen para determinadas piezas publicitarias (en TV, radio, prensa, folletos informativos, afiches en agencias, vía pública y ciertos formatos de internet). Se gestionan a través de un Manual de Uso que es compartido con las agencias de publicidad que desarrollan las piezas para

su implementación y posterior revisión por el área de Comunicaciones del BCP.

Durante el año 2015, el BCP realizó una nueva capacitación a todo el personal encargado de diseñar su publicidad, tanto interno (colaboradores del área de Comunicaciones, Marketing y Experiencia del Cliente) como externo (personal de las agencias de publicidad y medios con las que trabaja el Banco). Con dicha capacitación, se buscó asegurar un adecuado cumplimiento de la normativa aplicable sobre publicidad.

Durante el año 2015 no se iniciaron nuevos procedimientos sancionadores ante el Banco vinculados a comunicaciones de marketing, publicidad, promoción y patrocinio. (G4-PR7)

8.4. Privacidad de la Información

La privacidad de información de los clientes del Banco está regulada mediante la Ley de Protección de Datos Personales, la cual garantiza este derecho fundamental. Al cierre del año 2015, se presentó 1 reclamo a la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales por vulnerar el respeto a la privacidad de un cliente. (DMA Privacidad de los Clientes) (G4-PR8)

A pesar de los esfuerzos institucionales, en el año 2015 el Banco recibió multas por infracciones a las normas de protección al consumidor por un valor de 942.19 UIT⁴³, equivalente a S/2'955,481. (G4-PR9)

Por ello, durante el periodo 2015 se han realizado esfuerzos para implementar una mejora de los procesos internos así como de las alertas para lograr

un mejor servicio y una menor imposición de multas. El BCP continúa con los siguientes planes de acción para disminuir las sanciones: (DMA Cumplimiento Regulatorio)

- Mejora de atención de los reclamos y solicitudes de información presentados (calidad y plazos).
- Análisis exhaustivo de los reclamos presentados, a fin de prevenir el incremento de denuncias y sanciones.
- Adopción de medidas pertinentes y/o realización de regularizaciones en caso de detectarse algún error en el proceso u operación.
- Reuniones con el Área de Postventa con el fin de absolver dudas, brindar recomendaciones y explicar los criterios de Indecopi.

⁴³1 UIT = S/3,850.

8.5. Satisfacción del Cliente

(DMA Etiquetado de Productos y Servicios)

El Banco ejecuta una serie de estudios que permiten obtener información de los propios clientes, en cuanto a la calidad del servicio prestado y al tipo de experiencia obtenida en los puntos críticos de satisfacción. También permite identificar posibles quiebres o vacíos en los procesos de atención, así como caídas o mejoras en los indicadores internos.

El análisis de esta información permite implementar estrategias y proyectos de mejora cuyo objetivo es lograr cambios en la actitud de los colaboradores respecto a la atención a los clientes, mejorar los procesos de atención, hacer más eficientes los procesos de venta, testear los productos para hacerlos más eficientes y mejorar la percepción del Banco ante los clientes. Los estudios de satisfacción que realiza el BCP son:

- Estudios de satisfacción externos de los distintos segmentos de Banca Mayorista y Minorista. Su frecuencia es cuatrimestral.
- Estudios de satisfacción con la atención de

las Agencias BCP a nivel nacional. Se reportan resultados mensuales y trimestrales.

- Estudios de satisfacción de clientes de alto valor. Se reportan resultados mensuales y trimestrales.
- Estudios de satisfacción con el proceso de atención de reclamo. Con reportes mensuales y trimestrales.
- Estudio de satisfacción con el proceso de crédito hipotecario. Con reportes semestrales.
- Estudio de satisfacción con productos de banca mayorista. Con reportes anuales.
- Estudios de satisfacción de la Banca por Teléfono. Se realizan mediciones mensuales y reportes mensuales y trimestrales.
- Estudios de satisfacción interna entre áreas.

Para monitorear la satisfacción de los clientes del Banco, se utiliza una escala de medición muy exigente, que permite generar alertas que contribuyan a movilizarse hacia planes de acción. La escala utilizada es de 5 puntos, en la que no hay un punto neutro: 1 = Nada satisfecho, 2 = Poco satisfecho, 3 = Satisfecho, 4 = Muy satisfecho y 5 = Totalmente satisfecho.

Resultados de Satisfacción de Clientes en el Año 2015 (G4-PR5)

	T2B Satisfacción General en el Año 2014 (Porcentaje)	T2B Satisfacción General en el Año 2015 (Porcentaje)
Banca Mayorista BCP	51%	58%
Banca Minorista BCP	37%	44%
Resultado total BCP ⁴⁴	44%	51%

⁴⁴Promedio Banca Minorista y Banca Mayorista.

8.6. Gestión de la Atención al Cliente y Reclamos

El BCP cuenta con un equipo de asesores dispuestos a atender las consultas y reclamos de los clientes a través de diversos canales. Una de las mejoras implementadas durante el ejercicio 2015 fue la capacitación a los asesores para que puedan solucionar los reclamos en el mismo punto de contacto con el cliente. Para diciembre de ese año, el 31% de reclamos fue solucionado en la primera conversación con el cliente.

Los reclamos que necesiten un análisis más detallado son ingresados al sistema con el detalle necesario para que sean atendidos por un grupo de analistas especializados que en aproximadamente 6 días dan respuesta a cliente vía email o carta según lo haya solicitado.

A partir del cuarto trimestre del 2015, la Unidad de Experiencia del Cliente lideró un proyecto multidisciplinario transversal a todo el Banco que tiene como objetivo solucionar las causas raíz de los principales motivos de reclamos y mejorar el proceso de atención tras su ingreso.

Las principales iniciativas desplegadas durante el año 2015 para la reducción de reclamos fueron:

- **Cobro Indevido de Intereses, Comisiones, Gastos y Tributos:** Se mejoró el proceso de prepagos de créditos en ventanilla, haciéndolo más sencillo para el cliente al reducir la cantidad de interacciones necesarias.
- **Demoras o Incumplimientos de Envío de Correspondencia:** El equipo de CRM continúa la actualización proactiva de información de los clientes por diferentes canales, priorizando a los clientes críticos.
- **Inadecuada o Insuficiente Información sobre el Seguro Contratado:** Se desplegó el nuevo contrato de seguro múltiple, blindado y protección financiera. Estos nuevos contratos buscan simplificar la información de cara al cliente y asegurar que toda la información necesaria sea transmitida en el momento de la venta.
- **Servicio de Atención al Usuario:** En diferentes comités gerenciales, se comenzó a estudiar los incidentes que afectan a los clientes para encontrar oportunidades de mejora, definir mejores prácticas y realizar refuerzos con sus equipos.

Los resultados de este proyecto, más un conjunto de otras iniciativas lideradas por distintas áreas del Banco, ha permitido reducir en 20% el ratio de transacciones monetarias/reclamos en el periodo 2014-2015.

8.7. Productos y Servicios Inclusivos (G4-FS14)

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.

El Banco ha formado una alianza comercial con los Agentes BCP, los cuales brindan atención a clientes y no clientes de todos los sectores económicos. Las operaciones bancarias se realizan en locales como bodegas, farmacias, librerías, locutorios, entre otros

rubros. Al cierre del año 2015 existían 5,732 Agentes BCP a nivel nacional habiendo cerrado el año con un volumen de 165'805,544 transacciones.

En asociación con el Banco Central de Reserva (BCR), se capacitó a los Agentes BCP en detección de billetes y monedas falsos. Durante el periodo 2015, también recibieron capacitación en temas relacionados al negocio y en temas de interés como ventas, promociones, psicología del consumidor, elaboración de layouts, manejo de objeciones, entre otros.

Agente BCP en lago Titicaca

El BCP opera en una de las principales islas de los Uros, en una bodega que brinda productos de primera necesidad en el Lago Titicaca, promoviendo con ello la bancarización, la formalización y el ahorro familiar de sus pobladores.

Agente BCP en el Vraem

En el año 2013, el BCP instaló el primer Agente corresponsal de la Banca Personal en el distrito de Ayna San Francisco, provincia de La Mar, Ayacucho. Con la habilitación de este Agente BCP, hoy alrededor de 15,000 personas pueden realizar diversas operaciones financieras, como retiros, depósitos, pago de servicios, créditos y disposición de tarjetas de crédito, entre otros.

Antes de la llegada del Agente, los habitantes del distrito de Ayna debían desplazarse cerca de 5

horas en auto para encontrar una agencia bancaria que se ubicaba en la ciudad de Huamanga. Hoy, los ciudadanos tienen disponibles los servicios financieros en su propia jurisdicción, lo que facilita las actividades comerciales, ahorra costos y genera otros beneficios.

Agente BCP en la Comunidad de Pampa Michi

En el año 2014 se instaló el primer Agente BCP en una comunidad Asháninca en el departamento de Junín, Provincia y Distrito de Chanchamayo a 23km de La Merced en la comunidad de Pampa Michi. Esta es una comunidad que alberga a 80 familias Asháninca, las cuales han acondicionado casas típicas en las que venden sus artesanías como collares, bolsos, brazaletes y vestimentas. Su principal actividad económica es el turismo, pues reciben a 7,000 visitantes al mes, aproximadamente. Este Agente busca bancarizar a la comunidad y brindar servicios financieros a los turistas que llegan a diario.

8.8. Línea de Crédito Ambiental - Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO) (G4-FS8)

La Línea de Crédito Ambiental tiene como objetivo proporcionar a los pequeños y medianos empresarios una herramienta sólida para hacer inversiones en maquinaria y equipos que reemplacen a los antiguos y que tengan, por tanto, un menor impacto ambiental. Ofrece una garantía comercial al 50% del valor de la inversión, sin costo para el cliente, a través de una standby letter of credit (garantía internacional) emitida por un banco canadiense de primer nivel. En el caso de que haya un indicador de reducción del impacto ambiental en determinado porcentaje, a través de la reducción de las emisiones, ahorro de energía, eficiencia o mejoras tecnológicas, la línea ofrece un bono, como premio, de hasta 25%. Este debe ser utilizado directamente para amortizar el crédito otorgado por el Banco, y no está a libre disposición del cliente.

La Cooperación Suiza, a través de su Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO), otorga al Banco una línea de crédito inicial de US\$5 millones. Anteriormente, para poder postular a dicha línea

crediticia, las empresas debían pertenecer al sector industrial, y únicamente se permitía comprar bienes de capital nuevos. Sin embargo, a inicios del año 2011 y con una nueva fecha de expiración estimada para el año 2018, se modificaron los lineamientos básicos y se flexibilizaron los criterios, de tal manera que se incorporó a las empresas del sector servicios y la aceptación de compra de maquinaria y equipo usado en buenas condiciones. Otras características para que las empresas puedan postular es que tengan más del 75% de accionariado local, que sean clientes evaluados y con capacidad crediticia del BCP, que no tengan más de 500 empleados y que sus activos totales no sean mayores a US\$8.5 millones⁴⁵.

Desde el año 2004 hasta 2015 se ha financiado proyectos que en su mayoría ya han sido cancelados. Estos fueron financiados vía arrendamiento o a través de créditos a mediano plazo con un plazo promedio de 5 años. Durante el ejercicio 2015, con la implementación de nuevos proyectos, ya son 5 los vigentes y sumados da un saldo de capital de \$1.2MM.

⁴⁵SECO nombró al Centro de Ecoeficiencia y Responsabilidad Social (CER) de la organización GEA como los evaluadores técnicos de los proyectos.

8.9. Promoviendo la Educación Financiera

ABC de la Banca (G4-FS16)

Dado el compromiso del Banco con la promoción de una cultura financiera responsable, durante el año 2015 se continuó impulsando el ABC de la Banca en la comunidad. Los mensajes ofrecidos a través de este programa combinan información sobre el buen uso de productos, servicios y canales financieros con consejos sobre el manejo responsable y seguridad del dinero, con el fin de promover la buena salud financiera del cliente. El ABC de la Banca tiene 2 grandes objetivos:

1. Realizar un conjunto de acciones integradas para brindar consejos a los clientes, a fin de que puedan tomar mejores decisiones en relación a su dinero y finanzas personales, y con ello hacer un uso responsable de los productos y canales que ofrece el Banco.
2. Posicionar al BCP como un banco que se preocupa por sus clientes, brindándoles información clara y transparente acerca de sus productos y servicios.

Durante el año 2015 se continuó dando fuerza a los medios digitales, por lo cual las comunicaciones y pautas en internet y redes sociales (Facebook y Twitter) fueron de gran importancia para la transmisión de consejos. Del mismo modo, se amplió el alcance con videos educativos, los cuales superaron en promedio las 160,000 vistas cada uno en Youtube. Estos videos también fueron difundidos en la Red de Agencias del Banco. De manera adicional, a fines del periodo 2015, como se hace desde hace un par de años, se realizó una campaña sobre el uso responsable de la tarjeta de crédito, la cual incluyó paneles en centros comerciales con consejos específicos sobre su buen uso. Finalmente, se envió correos electrónicos de manera segmentada, con consejos específicos según el perfil de los clientes; y también se incluyó consejos en las pantallas de los cajeros automáticos.

9

Colaboradores
Motivados



9. COLABORADORES MOTIVADOS

El BCP tiene el objetivo de convertirse en la mejor opción para trabajar en el Perú. Por ello, durante el año 2015, continuó desarrollando el Programa Somos BCP, cuyos logros se evidencian en la última Encuesta de Clima Laboral. La cual ha llegado a una favorabilidad récord de 83%, con una participación del 92%.

El programa posee 8 iniciativas, las cuales fueron priorizadas directamente por los colaboradores a través de reuniones de escucha. (DMA Empleo)

Las iniciativas priorizadas por el Programa Somos BCP son:

1. Mejorar nuestros beneficios financieros.
2. Revisar nuestros horarios, turnos de trabajo y uso de vacaciones.
3. Comunicar con claridad y transparencia nuestra Política de Compensaciones.
4. Desarrollar a nuestros líderes con el objetivo de mejorar la gestión de personas.
5. Realizar un evento corporativo anual para integrarnos y celebrar como el gran equipo que somos.
6. Tener un canal de comunicación permanente.
7. Comunicar claramente lo que significa pertenecer al BCP.
8. Desarrollar un canal para mejorar nuestra interacción Colaborador Banco.

Asimismo, el programa posee 4 iniciativas adicionales priorizadas por la Gerencia del BCP:

1. Tener un canal interactivo de comunicación permanente con todos los colaboradores.
2. Elaborar un Programa de Inducción al Banco de clase mundial.
3. Potenciar y transparentar las oportunidades de carrera y promoción.
4. Desarrollar las Escuelas de Negocios BCP.

9.1. Reclutamiento y Selección (DMA Empleo)

En el BCP los procesos de reclutamiento y selección tienen 2 pilares fundamentales: (i) cubrir vacantes según perfil y plazo requeridos garantizando la adecuación al perfil y a la cultura BCP, y (ii) posicionar al BCP como la mejor opción para trabajar en el Perú ofreciendo una propuesta de valor alineada a cada segmento.

Bajo estos pilares, los procesos de reclutamiento buscan difundir las oportunidades y propuesta de valor a través de la página web de reclutamiento del BCP, www.trabajaenelbcp.com, así como mediante otras fuentes de reclutamiento externas e internas.

Sobre la retención, en el BCP se manejan 2 tipos de programas:

- **Programa de Autonomía Salariales:** Son asignaciones de presupuestos para otorgar incrementos salariales o bonificaciones extraordinarias, que se otorgan a cada gerencia de área y/o división para actuar de manera inmediata ante posibles ofertas laborales externas a los colaboradores.
- **Programas de Retención de Talento:** Actualmente existen 3 formas de retención de colaboradores categorizados en el BCP como talentos:
 - Planes de compensaciones e incentivos: Sueldos sobre el promedio del mercado, incentivos adicionales, escalas salariales Plus.
 - En el plano financiero: Beneficios Credicorp (tasas preferenciales, Fondo de Alta Especialización, entre otros).
 - En el plano de desarrollo profesional y personal: Programas especiales propios del BCP y acompañamiento en la línea de carrera.

La contratación de posiciones gerenciales (altos directivos), el reclutamiento y selección se realiza a través de 3 medios: (i) atracción de MBA provenientes de las 50 universidades top en el mundo según el Financial Times, (ii) hunting para cubrir posiciones de alta especialización, e (iii) identificación de colaboradores activos en la Empresa que cumplen con el perfil requerido.

9.2. Capacitación y Desarrollo (DMA Capacitación y Educación)

La política de capacitación del BCP está enfocada en desarrollar las conductas de desempeño necesarias para alcanzar los objetivos del negocio. En este marco, el Banco se aboca en brindar, (i) programas de formación para el puesto, (ii) cursos de especialización para los niveles profesional medio y alto, (iii) consultorías de aprendizaje para proyectos estratégicos y tácticos del BCP, (iv) actualización en conocimientos de productos, lineamientos y procesos, (v) cursos regulatorios y de políticas corporativas, y (vi) programas de formación para líderes.

El mayor número de participantes en la capacitación presencial está compuesto por aquellos que ingresan a puestos nuevos por rotación interna o por crecimiento. Las restantes líneas de acción en capacitación presencial están en función de una priorización por temas estratégicos o tácticos.

Adicionalmente, los programas de actualización en conocimientos de productos, lineamientos y procesos al igual que todos los cursos regulatorios, se realizan en un 95% de forma virtual. La consultoría

de aprendizaje para proyectos estratégicos y tácticos del BCP no necesariamente genera muchas horas de capacitación presencial, pero sí productos de aprendizaje y desarrollo alternativos- que incluyen guías de referencia rápida, cursos virtuales, manuales, herramientas para on the job, mentoring y coaching- que son utilizados por las unidades de negocio para el logro de sus objetivos.

Todas estas líneas de acción, desde el año 2013, se brindan al interior de las Escuelas de Negocio BCP las cuales incrementan la participación del negocio y la orientación a los resultados.

En el año 2015, fueron capacitados 13,541 colaboradores, quienes recibieron en total 890,968 horas de capacitación por parte del BCP, lo que representa un promedio de 66 horas de capacitación por colaborador.

Las acciones de aprendizaje desarrolladas durante el ejercicio 2015 fueron: (G4-LA10)

Tipo	Descripción	Resultados 2015
Proyectos de Aprendizaje	Promueven el apropiado desempeño para el logro de los objetivos estratégicos del negocio.	28 proyectos finalizados, para las distintas bancas, que beneficiaron a 9,862 colaboradores.
Programas Formativos	Reducen el tiempo del ciclo de aprendizaje de los nuevos colaboradores.	18 programas dirigidos a la Banca Mayorista y a la Banca Minorista que hacen un total de 300 grupos desplegados y 4,501 colaboradores capacitados.
Programas de Actualización	Cubren las necesidades de conocimientos y habilidades asociados a una mejora en los servicios, productos o procesos.	48 cursos para Banca Minorista, 35 para División Comercial y 13 para el resto de la Banca Minorista. A su vez, hubo 17 regulatorios para el BCP.

Proyectos Transversales	Contribuyen a sostener los procesos de aprendizaje en todo el BCP.	Se convirtieron 3 (Suite FFMM, NMIC y CREA) Simuladores de la versión escritorio a portátiles para los programas formativos de la División Comercial.
Proyectos de Sistemas	Permiten asegurar la estabilidad operativa del negocio, tomando como base la innovación tecnológica.	583 colaboradores de la División de Sistemas y Organización capacitados.
Programas de Liderazgo	Dirigidos a la totalidad de gerentes del Banco. Comprende el Programa Líder BCP y los programas PDL con Grupo de Talento.	377 beneficiados en Líder BCP. 317 beneficiados con el Programa de Desarrollo Grupo de Talento.
Cursos Externos	Cursos de alta especialización generados en empresas o instituciones del Perú y otros países.	476 colaboradores en distintos cursos de especialización.
Fondo de Alta Especialización	Financia estudios de postgrado en el Perú o en el extranjero. Dirigido a colaboradores de primer nivel.	11 colaboradores BCP han sido beneficiados para estudiar en las mejores escuelas de negocios del mundo: 5 en España (IE, ESADE, IESE), 2 en el Reino Unido (London BS, Said BS) y 4 en EE.UU. (New York University, Fuqua, UNC Kenan-Flagler).
Certificación Internacional	El BCP cubre la postulación de sus colaboradores a certificaciones que otorgan un valor agregado.	85 colaboradores beneficiados.

En cuanto al número de colaboradores capacitados y el promedio de horas de capacitación por cada uno de ellos, el siguiente cuadro refleja el detalle de ambos conceptos: (G4-LA9)

Categoría	Género	Horas de Capacitación por Género	Total de horas de capacitación	Total de colaboradores capacitados por Género	Total de colaboradores capacitados	Promedio de horas de capacitación por género	Promedio de horas de capacitación por categoría	Porcentaje de empleados capacitados por categoría
Gerentes	Mujeres	2,357	8,910	34	127	70.2	70.2	0.9%
	Hombres	6,553		93		70.2		
Profesionales	Mujeres	179,528	356,387	2,588	5,137	69.4	69.4	37.9%
	Hombres	176,859		2,549		69.4		
No Profesionales	Mujeres	330,903	525,671	5,210	8,277	63.5	63.5	61.1%
	Hombres	194,768		3,067		63.5		
Total	Mujeres	512,788	890,968	7,832	13,541	65.5	65.8	100%
	Hombres	378,180		5,709		66.2		

Cursos Externos (G4-LA9)

El BCP brinda la facilidad de llevar capacitaciones con proveedores externos que fortalezcan el desarrollo de habilidades que benefician al colaborador y al negocio, tal como se detalla en el cuadro de horas-hombre de capacitación presentado a continuación:

Categoría	Género	Horas de Capacitación por Género	Total de horas de capacitación	Total de colaboradores capacitados por Género	Total de colaboradores capacitados	Promedio de horas de capacitación por género	Promedio de horas de capacitación por categoría	Porcentaje de empleados capacitados por categoría
Gerentes	Mujeres	562	1,381	36	90	15.6	15.3	8%
	Hombres	819		54		15.2		
Profesionales	Mujeres	6,733	18,251	383	969	17.6	18.8	92%
	Hombres	11,518		586		19.7		
No Profesionales	Mujeres	0	0	0	0	0.0	0.0	0%
	Hombres	0		0		0.0		
Total	Mujeres	7,295	19,632	419	1,059	17.4	18.5	100%
	Hombres	12,337		640		19.3		

9.3. Gestión de la Comunicación Interna

En el BCP la estrategia de comunicación interna tiene como objetivo principal motivar y retener al talento interno, alineando a los colaboradores con los ejes estratégicos y fortaleciendo la cultura corporativa.

Para esto, se cuenta con estrategias que van desde campañas de comunicación relacionadas a los mensajes de los ejes hasta planes de reconocimiento y canales de escucha permanente.

Los canales de comunicación incluyen mailings, afiches, boletines diversos, la revista Somos BCP, comunicación

en cascada a través de los líderes y de Conexión BCP, una red social corporativa en donde se informa y sobre todo se escucha las opiniones y sugerencias de todos los colaboradores. Conexión tiene un promedio de 10,000 usuarios únicos al mes, lo cual da una idea de la importancia que este canal tiene para los colaboradores. Entre los programas de reconocimiento se puede mencionar la Premiación de las Campañas Multiproducto, el Viaje Elite a la Red de Agencias, en donde se premia a los colaboradores por metas de venta y de satisfacción al cliente; y Qualitas, un reconocimiento a aquellos que actúan bajo los lineamientos de conducta BCP.

9.4. Derechos Humanos

La no discriminación en el acceso al empleo está normada en el Reglamento de Selección y Contratación. En el año 2013, se incorporó en dicho reglamento que el proceso de selección se rige bajo las recomendaciones establecidas en la Guía de Buenas Prácticas en Materia de Igualdad y No Discriminación en el Acceso al Empleo y la Ocupación, aprobada por la Resolución Ministerial N° 159-2013-TR del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Asimismo, las normas del Código de Ética Corporativo y los Lineamientos de Conducta Credicorp hacen referencia a la prohibición de cualquier tipo de discriminación. Durante el año 2015 no se registraron casos de discriminación en el Banco. (G4-HR3) (DMA No Discriminación)

Tomando en cuenta el tercer principio del Pacto Mundial relacionado con la libertad de asociación y negociación colectiva, se puede indicar que el BCP no tenía una organización sindical desde el año 1995. Sin embargo, en el año 2013 se registró ante el Ministerio de Trabajo (MTPE) el Sindicato Unitario de Trabajadores del Banco de Crédito del Perú, que representa al 0.18% de colaboradores de la Compañía. Durante el año 2015 se siguió con el proceso de negociación, aunque sin llegar a un acuerdo. (DMA Libertad de Asociación y Negociación colectiva) (G4-HR4) (G4-11)

Por la naturaleza de sus actividades, el BCP no se encuentra expuesto al riesgo de incidentes de trabajo infantil. Para prevenir la contratación de mano de obra infantil, el Banco ha establecido en sus políticas de selección y contratación que solo mayores de edad pueden ingresar a laborar a la Empresa. (DMA Trabajo Infantil)

El Reglamento Interno de Trabajo (RIT) señala que la gestión del personal se establece sobre el reconocimiento de los derechos de los demás y el cumplimiento de las propias obligaciones. En relación al tema de la prevención del trabajo forzado, el Banco ha establecido en los artículos 25 y 26 de su RIT que las horas extras son

voluntarias. Prueba del respeto a los derechos humanos de los colaboradores es que no se presentaron incidentes, quejas o denuncias en referencia a trabajo infantil, forzado, obligatorio o no consentido o cualquier otra forma de discriminación. (DMA Trabajo Forzado) (G4-HR6) (G4-HR5)

Gestión de los Derechos Humanos con Proveedores (G4-HR4)

Dentro de las Políticas de Gestión de Proveedores del Banco se detallan las consideraciones que debe tener el personal responsable de la contratación de proveedores. En relación a los temas de responsabilidad social se indica que debe exigirse que los proveedores cumplan con todas sus obligaciones como empleadores de acuerdo a la legislación laboral vigente y que respeten el cumplimiento de los derechos humanos internacionalmente reconocidos, principalmente:

- Eliminar toda forma de trabajo infantil.
- Erradicar cualquier tipo de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Evitar discriminación en cualquier tipo de puesto de trabajo.
- Respetar los horarios máximos de trabajo y sueldos mínimos establecidos.
- Garantizar que sus empleados desarrollen el trabajo bajo los estándares de seguridad e higiene requeridos.
- Respetar los derechos de los empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.

Asimismo, durante el año 2015 no se han presentado reclamos ni quejas ante las autoridades laborales por recorte a los derechos de libertad de asociación y de negociación colectiva, ni por parte de los colaboradores de los proveedores tercerizados con desplazamiento, ni de los proveedores de intermediación laboral destacados en el BCP.

9.5. Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)

(DMA Seguridad y Salud en el Trabajo)

El BCP ha diseñado un Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) basado en un enfoque de riesgos que le permite cumplir adecuadamente con los requisitos legales vigentes y con sus propios valores corporativos. Este programa se compone de 6 elementos clave: Evaluación de Riesgos; Políticas y Controles; Cultura; Monitoreo; Investigación, y Evaluación del Programa. Adicionalmente, el Programa de SST cuenta con 3 elementos de soporte: Gobierno de SST -liderado por el Comité de SST-, Servicio de Asesoría Técnica de SST y Participación en SST a nivel Gremial.

Elementos del Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo BCP



Elementos del Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo

i. Evaluación de Riesgos

La evaluación de riesgos es la herramienta básica del programa de seguridad y salud en el trabajo, pues permite identificar los peligros a los que están expuestos los colaboradores, estimar los riesgos, categorizarlos y priorizar los controles a implementar, realizando el seguimiento del mismo.

Esta evaluación se realiza por cada tipo de puesto de trabajo y de instalación. En el año 2015, se realizó la revisión de 444 agencias a nivel nacional. El proceso implicó hacer una visita a la agencia, identificar todos los peligros y evaluar los riesgos relacionados con la infraestructura y con las

actividades del puesto de trabajo. En cada agencia se realizaron 6 evaluaciones de riesgo (una por cada perfil de puesto).

ii. Políticas y Controles

Con el objetivo de informar los lineamientos y garantizar las condiciones de seguridad y salud en el trabajo adoptados por el BCP, así como las obligaciones y responsabilidades de los colaboradores, se cuenta con un Reglamento Interno de SST y una Política de SST aprobados por el Directorio y difundidos a través del curso regulatorio 1.

Durante el ejercicio 2015 se ejecutó el Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo logrando completar un 84% de las actividades planificadas. El programa

apuesta por la prevención de los riesgos laborales y por el compromiso de las gerencias, por lo que se generaron controles que son liderados por estas.

Gestión de SST hacia los Proveedores

La Unidad de SST y de Gestión Interna de Proveedores desarrolla una metodología que permite gestionar el riesgo que representan las actividades de los diversos contratistas/ proveedores que laboran para el BCP y establece los planes de acción progresivos para hacerlo de forma efectiva y continua.

Durante el año 2015 se continuó desarrollando el proceso de homologación para los contratistas y proveedores de alto riesgo pues, además de cumplir con los estándares internos, son homologados y certificados por una empresa externa especializada.

Asimismo, se brindó cursos de capacitación a proveedores, brindándoles los lineamientos de SST que deben cumplir durante la ejecución de sus actividades al interior del BCP.

iii. Cultura

Parte de la misión del Banco es fortalecer comportamientos seguros y generar una cultura de autoprotección y de prevención de riesgos laborales en los colaboradores. Por ello, durante el periodo 2015, los esfuerzos se centraron en reforzar las disposiciones más importantes del Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo y las políticas internas de prevención de riesgos laborales.

Capacitación a los Colaboradores

La formación en materia preventiva se imparte en módulos virtuales, a través del campus virtual del BCP.

Tema	Detalle	Grupo Objetivo	Tipo
Inducción SST	Inducción de los lineamientos de SST	Todos	Virtual
Cursos Regulatorios	Regulatorio 1: Introducción al Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo	Todos	Virtual
	Regulatorio 2: Salud Ocupacional	Todos	Virtual
	Regulatorio 3: Prevención de Accidentes y Gestión ante Emergencias	Todos	Virtual
	Regulatorio 4: Seguridad en el Trabajo	Todos	Virtual
Plan de Emergencias	Primeros Auxilios	Brigada de Primeros Auxilios	Presencial
	Prevención y Control de Incendios	Brigada Contra Incendios	Presencial
	Evacuación en Caso de Sismos	Brigada de Evacuación	Presencial
Proveedores	Curso de SST para Proveedores	Proveedores Críticos	Presencial

Del 26 de junio al 25 de setiembre de 2015, en forma mensual, se desarrollaron 4 sesiones de capacitación a los miembros del Comité SST, brindadas por la Universidad del Pacífico, respecto a sus funciones y responsabilidades.

iv. Monitoreo

En los meses de noviembre y diciembre del periodo 2015, se realizó el servicio de monitoreo ocupacional en las instalaciones del BCP, a cargo de la empresa Inspectorate, y que comprendió el monitoreo de agentes físicos (ruido, iluminación); biológicos (hongos); ergonómicos (posturas) y psicosociales (bajo el método Istras).

v. Investigación

En caso de que ocurriese un accidente/incidente en cualquiera de las instalaciones del BCP, este se comunica a la Central de Alarmas del BCP o a los centros de control a través de la central telefónica. La Gerencia de Operaciones de Seguridad es responsable de notificar los eventos ocurridos en las agencias, sedes y sucursales.

La Gerencia de Cumplimiento Normativo es responsable de realizar la investigación de los accidentes de trabajo, incidentes peligrosos, incidentes y enfermedades ocupacionales. Los resultados de las investigaciones realizadas son presentados a los miembros del Comité de SST para su revisión y posterior planteamiento de las acciones correctivas y preventivas frente al evento ocurrido.

vi. Evaluación del Programa de SST

La Unidad de Auditoría Interna del BCP, es la encargada de revisar anualmente los programas ejecutados por la Unidad de Cumplimiento Corporativo, entre ellos el Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo. El Comité de SST realiza un

informe anual de la gestión de SST.

Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo (G4-LA5)

El Comité de STT representa a todos los colaboradores del BCP y está conformado por 12 miembros (6 de ellos elegidos por los propios colaboradores y 6 nombrados por el empleador):

- El Presidente, encargado de presidir y dirigir las reuniones del Comité. Facilita la aplicación y vigencia de los acuerdos, canalizando el apoyo de la Alta Dirección del BCP.
- El Secretario, encargado de las labores administrativas en el comité. Será el nexo entre el Presidente y los miembros.
- Los demás miembros, que aportan iniciativas propias y/o de los colaboradores las cuales son tratadas en las reuniones. Son los encargados de fomentar y hacer cumplir las disposiciones tomadas por el comité.

Durante el año 2015 se llevaron a cabo 12 reuniones periódicas. En dichas reuniones se trataron aspectos relacionados a la seguridad y salud de los colaboradores como accidentes, incidentes, nueva normativa, avances en la implementación del Programa de SST, seguimiento de los acuerdos del Comité de SST, entre otros.

Participación Gremial

El BCP participa activamente en el Comité Técnico de Seguridad y Salud en el Trabajo de Asbanc, el cual busca mejores prácticas de prevención de riesgos laborales en el sector. Entre los logros, se ha homologado el contenido de los cursos de capacitación, se ha propuesto el protocolo de exámenes médicos del sector y se ha establecido una metodología de evaluación de riesgos que hace énfasis en los puestos comunes.

9.6. Demografía de los Colaboradores (G4-10)

Al 31 de diciembre de 2015 el BCP contaba con 17,342 personas, de las cuales 17,020 se encontraban dentro de la planilla BCP y 322 eran practicantes, clasificados según el siguiente cuadro:

Total de Colaboradores		Año 2013	Porcentaje	Año 2014	Porcentaje	Año 2015	Porcentaje
Planilla BCP	Hombres	7,264	42.99%	7,139	42.57%	7,224	42.44%
	Mujeres	9,632	57.01%	9,630	57.43%	9,796	57.56%
Practicantes	Hombres	185	57.63%	144	47.06%	188	58.39%
	Mujeres	136	42.37%	162	52.94%	134	41.61%
Total	Hombres	7,449	43.27%	7,283	42.65%	7,412	42.74%
	Mujeres	9,768	56.73%	9,792	57.35%	9,930	57.26%

Tipo de Contrato

Total de Colaboradores	AÑO 2013		AÑO 2014		AÑO 2015	
	Número de Colaboradores	Porcentaje	Número de Colaboradores	Porcentaje	Número de Colaboradores	Porcentaje
Indeterminado ⁴⁶	10,301	59.83%	12,295	72.01%	12,175	70.21%
Plazo Fijo	6,595	38.30%	4,474	26.20%	4,845	27.94%
Prácticas pre profesionales	317	1.84%	303	1.77%	318	1.83%
Prácticas Profesionales	4	0.03%	3	0.02%	4	0.02%
Total General	17,217	100.00%	17,075	100.00%	17,342	100.00%

Edad (Planilla BCP)

Rango de Edad	AÑO 2013		AÑO 2014		AÑO 2015	
	Número de Colaboradores	Porcentaje	Número de Colaboradores	Porcentaje	Número de Colaboradores	Porcentaje
Menor a 26 Años	5,420	31.48%	4,786	28.54%	5,009	29.43%
Entre 26 y 30 Años	6,016	34.94%	5,961	35.55%	5,669	33.31%
Entre 31 y 35 Años	2,890	16.79%	3,155	18.81%	3,413	20.05%
Entre 36 y 40 Años	1,278	7.42%	1,271	7.58%	1,303	7.66%
Entre 41 y 45 Años	765	4.44%	734	4.38%	763	4.48%

Entre 46 y 50 Años	392	2.28%	393	2.34%	404	2.37%
Entre 51 y 55 Años	286	1.66%	273	1.63%	269	1.58%
Mayor a 55 Años	170	0.99%	196	1.17%	190	1.12%
Total General	17,217	100.00%	16,769	100.00%	17,020	100.00%

Tipo de Jornada según Contrato (Planilla BCP)

Tipo Contrato	AÑO 2014			AÑO 2015		
	Mujeres	Hombres	Total General	Mujeres	Hombres	Total General
Plazo indeterminado	6,986	5,309	12,295	6,942	5,233	12,175
Jornada completa	5,162	4,653	9,815	5,090	4,583	9,673
Jornada reducida	1,824	656	2,480	1,852	650	2,502
Plazo fijo	2,644	1,830	4,474	2,854	1,991	4,845
Jornada completa	1,723	1,260	2,983	1,993	1,434	3,427
Jornada reducida	921	570	1,491	861	557	1,418
Total general	9,630	7,139	16,769	9,796	7,224	17,020

Procedencia (Planilla BCP) ⁴⁷

Departamento	Hombres	Mujeres	Nº de colaboradores	Porcentaje
Lima y Callao	5,383	7,051	12,434	73.06%
Provincias	1,841	2,745	4,586	26.94%
Total general	7,224	9,796	17,020	100.00%

⁴⁶No considera a los colaboradores que se encuentran con licencia sin goce de haber.

⁴⁷El detalle de la procedencia por departamento de los colaboradores de la Planilla BCP se encuentra en los anexos.

Nuevas Contrataciones (G4-LA1)

Las características de los colaboradores que se contrataron durante el año 2015 se detallan a continuación:

Departamento	Menor a 26 Años	Entre 26 y 30 Años	Entre 31 y 35 Años	Entre 36 y 40 Años	Entre 41 y 45 Años	Entre 46 y 50 Años	Total General
Lima y Callao	2,453	841	175	51	15	3	3,538
Mujeres	1,453	451	83	25	5	1	2,018
Hombres	1000	390	92	26	10	2	1,520
Provincias	524	188	47	8	0	2	769
Mujeres	336	102	20	2	0	1	461
Hombres	188	86	27	6	0	1	308
Total	2,977	1,029	222	59	15	5	4,307
Mujeres	1,789	553	103	27	5	2	2,479
Hombres	1,188	476	119	32	10	3	1,828

Índice de Rotación BCP 2015: (G4-LA1)

A = Promedio mensual de colaboradores activos en el año 2015	16,949
D = Número de colaboradores que se desvincularon del BCP en el año 2015	4,067
R = Número de colaboradores que renunciaron al BCP en el año 2015	2,007
Índice porcentual de rotación de personal ⁴⁸	24.00%
Índice porcentual de rotación voluntario ⁴⁹	11.84%

⁴⁸ Índice de rotación de personal: D/A (se ha modificado la fórmula, dado que esta es con la cual se trabaja en el BCP).

⁴⁹ Índice de rotación voluntario: R/A.

10

Indice de
Contenido GRI



10. INDICE DE CONTENIDO GRI G4 Y PACTO MUNDIAL (G4-32)



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Estrategia y análisis

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-1. Declaración del Presidente del Directorio sobre la relevancia de la sostenibilidad para la empresa y su estrategia.	1	N/A	

Perfil de la organización

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-3. Nombre de la empresa.	4, 10	N/A	
G4-4. Principales marcas, productos y/o servicios.	11-15	N/A	
G4-5. Ubicación de la sede principal.	84	N/A	
G4-6. Países en los que opera la empresa.	4	N/A	
G4-7. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10, 84	N/A	
G4-8. Mercados servidos.	16	N/A	
G4-9. Dimensiones de la empresa.	46	N/A	
G4-10. Desglose del colectivo de colaboradores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	69-71, 83	N/A	Principio 6

G4-11. Porcentaje de colaboradores cubiertos por un convenio colectivo.	66	N/A	Principio 3
G4-12. Descripción de la cadena de valor de la empresa.	43-44	N/A	
G4-13. Cambios significativos durante el periodo cubierto por el reporte de sostenibilidad.	17	N/A	
G4-14. Descripción de cómo la empresa ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	26, 33-34	N/A	
G4-15. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la empresa suscriba o apruebe.	34-36	N/A	
G4-16. Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de promoción/lobby.	18	N/A	

Aspectos materiales y cobertura

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-17. Cobertura del reporte de sostenibilidad.	4	N/A	
G4-18. Proceso de definición del contenido del reporte de sostenibilidad.	5-6, 31	N/A	
G4-19. Aspectos materiales identificados.	7	N/A	
G4-20. Limitaciones de los aspectos materiales identificados dentro de la empresa.	7-8	N/A	
G4-21. Limitaciones de los aspectos materiales identificados fuera de la empresa.	7-8	N/A	
G4-22. Explicación del efecto de cualquier cambio en la información reportada en los reportes de sostenibilidad previos.	4, 7	N/A	
G4-23. Cambios significativos en el alcance y cobertura de los aspectos en relación con reportes anteriores.	4	N/A	

Participación de los grupos de interés

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-24. Relación de los grupos de interés de la empresa.	27	N/A	
G4-25. Base para la identificación y selección de grupos de interés.	27	N/A	
G4-26. Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	27	N/A	
G4-27. Principales preocupaciones y asuntos de interés, por grupo de interés, que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	27, 31	N/A	

Perfil del Reporte

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-28. Periodo que cubre el reporte de sostenibilidad	4	N/A	
G4-29. Fecha del último reporte de sostenibilidad.	4	N/A	
G4-30. Ciclo de reportaje.	4	N/A	
G4-31. Punto de contacto.	84	N/A	
G4-32. Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro del reporte de sostenibilidad.	74-81	N/A	
G4-33. Políticas y prácticas de verificación externa del reporte de sostenibilidad.	4	N/A	

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Pacto Mundial
G4-34. Estructura de gobierno de la empresa.	22-23	N/A	

Ética e integridad

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones
G4-56. Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la empresa.	26	N/A

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTOS ECONÓMICOS

Desempeño económico

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	32		
G4-EC1. Valor económico directo generado y distribuido.	32		

Consecuencias económicas indirectas

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	52		
G4-EC7. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los tipos de servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	52		

ASPECTOS AMBIENTALES

Materiales

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	49		Principio 7, 8 y 9
G4-EN1. Materiales utilizados, por peso o volumen.	49		Principio 7, 8 y 9

Energía

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	48		Principio 7, 8 y 9
G4-EN3. Consumo de energía dentro de la empresa.	48-49		Principio 7, 8 y 9

Emisiones

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	46		Principio 7, 8 y 9
G4-EN15. Emisiones totales, directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	46-47		Principio 7, 8 y 9
G4-EN16. Emisiones totales, indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	46-47		Principio 7, 8 y 9
G4-EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	46-47		Principio 7, 8 y 9

ASPECTOS SOCIALES: PRÁCTICAS LABORALES

Empleo

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	62-63		Principio 6
G4-LA1. Número y tasa de contrataciones y rotación media de colaboradores, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	72		

Salud y seguridad en el trabajo

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	67-69		Principio 6
G4-LA5. Porcentaje total de colaboradores que están representados en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-colaboradores, establecidos para ayudar a monitorear y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	69		Principio 6

Capacitación y educación

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	63		Principio 6
G4-LA9. Promedio de horas de formación al año por colaborador, desglosado por sexo y por categoría de colaborador.	64-65		Principio 6
G4-LA10. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los colaboradores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	63-64		Principio 6

ASPECTOS SOCIALES: DERECHOS HUMANOS

No discriminación

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	66		Principio 1, 2 y 6
G4-HR3. Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	66		Principio 1, 2 y 6

Libertad de asociación y negociación colectiva

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	66		Principio 1, 2 y 3
G4-HR4. Identificación de centros en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	66		Principio 1, 2 y 3

ASPECTOS SOCIALES: SOCIEDAD

Comunidades locales

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	50-52		Principio 1, 2
G4-S01. Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	50-52		Principio 1, 2
FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	58-59		

Lucha contra la corrupción

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	40		Principio 10
G4-S04. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra anticorrupción.	41		Principio 10
G4-S05. Incidentes confirmados de corrupción y medidas tomadas en respuesta.	40-41		Principio 10

Cumplimiento regulatorio

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	42		
G4-S08. Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	42		

ASPECTOS SOCIALES: RESPONSABILIDAD DE LOS PRODUCTOS

Salud y seguridad de los clientes

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	54-55		
G4-PR1. Porcentaje de las categorías significativas de productos y servicios que han sido evaluadas en impactos en salud y seguridad para su mejora.	54-55		

Etiquetado de productos y servicios

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	55,57		
G4-PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente.	57		
FS16. Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	60		

Comunicaciones de marketing

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	56		
G4-PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	56		

Privacidad de los clientes

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	56		
G4-PR8. Número total de reclamos debidamente fundamentados en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	56		

Cumplimiento regulatorio

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	56		
G4-PR9. Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la empresa.	56		

Portafolio de productos

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	33-35		
FS6. Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio, según la región, la dimensión y el sector de actividad.	11-15		
FS8. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	59		

Aspectos materiales no GRI

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Pacto Mundial
Gestión de la comunicación hacia Colaboradores.	65		
Gestión con Agentes BCP.	58-59		
Gestión de Reclamos y Atención de Clientes.	58		

11 Anexos



11. ANEXOS

Procedencia de los Colaboradores de la Planilla BCP: (G4-10)

Departamento	Mujeres	Hombres	Total	%
Amazonas	18	17	35	0.21%
Ancash	136	101	237	1.39%
Apurímac	23	15	38	0.22%
Arequipa	382	251	633	3.72%
Ayacucho	42	21	63	0.37%
Cajamarca	111	89	200	1.18%
Cuzco	168	94	262	1.54%
Huancavelica	13	7	20	0.12%
Huánuco	54	43	97	0.57%
Ica	190	115	305	1.79%
Junín	190	109	299	1.76%
La Libertad	520	349	869	5.11%
Lambayeque	199	135	334	1.96%
Lima	6849	5257	12106	71.13%
Loreto	60	47	107	0.63%
Madre De Dios	13	9	22	0.13%
Moquegua	43	21	64	0.38%
Pasco	26	12	38	0.22%
Piura	274	162	436	2.56%
Prov. C. Callao	202	126	328	1.93%
Puno	55	45	100	0.59%
San Martín	65	65	130	0.76%
Tacna	79	53	132	0.78%
Tumbes	32	23	55	0.32%
Ucayali	52	58	110	0.65%
Total general	9796	7224	17020	100.00%

Banco de Crédito del Perú S.A. (G4-7)

Sede Principal
Calle Centenario N°156, La Molina, Lima, Perú. (G4-5)



Toda comunicación referente al Reporte de Sostenibilidad 2015, debe ser dirigida a la Gerencia de Responsabilidad Social del Banco de Crédito del Perú. (G4-31)

E-mail: responsabilidadsocial@bcp.com.pe

Elaborado por: Perú 2021
www.peru2021.org
