





Directorio | Board of Directors

Dionisio Romero	Presidente Chairman
Luis Nicolini	Vicepresidente Vice Chairman
Fernando Fort	Director Director
Reynaldo Llosa	Director Director
José Antonio Onrubia	Director Director
Juan Carlos Verme	Director Director

Gerencia | Management

Dionisio Romero	Presidente Ejecutivo Chief Executive Officer
Raimundo Morales	Gerente General Chief Operating Officer
Carlos Muñoz	Gerente General Adjunto Executive Vice President
Benedicto Cigüeñas	Gerente de Finanzas y Contabilidad Chief Financial and Accounting Officer
José Luis Gagliardi	Gerente de Administración y Recursos Humanos Senior Vice President, Administration and Human Resources
Arturo Rodrigo	Gerente de Seguros Senior Vice President, Insurance

Principales Indicadores | Financial Highlights

En millones de U.S. Dólares In millions of U.S. Dollars

	1998	1999	2000	2001
Rentabilidad Profitability				
Utilidad neta Net Income	42.10	43.50 ⁽¹⁾	17.70	54.50 ⁽²⁾
Utilidad neta por acción (US\$ por acción) Net Income per share (US\$ per share) ⁽³⁾	0.52	0.54 ⁽¹⁾	0.22	0.68 ⁽²⁾
Retorno sobre patrimonio promedio Return on average equity ⁽⁴⁾	5.60%	5.80 ⁽¹⁾ %	2.30%	6.90 ⁽²⁾ %
Retorno sobre activos promedio Return on average assets ⁽⁴⁾	0.50%	0.60 ⁽¹⁾ %	0.20%	0.70 ⁽²⁾ %
Operativos Operations				
Gastos operativos sobre ingresos totales Operating costs over total income ⁽⁵⁾	56.90%	56.50%	54.60%	52.30%
Gastos operativos sobre activos promedio Operating costs over average assets ⁽⁴⁾	5.40%	5.10%	5.10%	5.10%
Otros ingresos sobre activos promedio Other income over average assets ⁽⁴⁾	4.30%	4.80%	4.60%	4.90%
Balance (fin de período) Balance sheet (end of period)				
Activos Assets	7,952	7,590	7,627	7,588
Préstamos netos Net loans	4,834	4,421	4,113	3,720
Depósitos Deposits	5,484	5,548	5,665	5,727
Patrimonio neto Net Equity	752	756	783	797
Capitalización (N° de veces) Capitalization (N° of times)				
Activo total sobre patrimonio Total assets over equity	10.60	10.00	9.70	9.50
Activos ponderados por riesgo sobre Patrimonio efectivo Risk-weighted assets over Regulatory Capital	9.20	8.70	8.40	8.10
Calidad de la cartera Loan portfolio quality				
Préstamos atrasados sobre préstamos totales Past due loans over total loans	6.00%	7.60%	8.40%	8.60%
Provisiones sobre préstamos atrasados Provisions over past due loans	88.20%	88.00%	90.80%	98.20%
Otros datos Other information				
Número de acciones, neto (en millones) No. of shares, net (in millions)	81.00	81.00	80.20	79.50
Precio promedio por acción (en US\$) Average price per share (in US\$) ⁽⁶⁾	12.90	10.18	9.17	8.13
Número de empleados Number of employees	8,743	9,345	9,212	9,375

(1) Incluye US\$33.6 millones de beneficio por la venta de AFP Unión.
Includes US\$33.6 million for sale of AFP Unión.

(2) Incluye US\$19.0 millones de beneficio por la venta de Banco Capital y acciones de Backus & Johnston.
Includes US\$19.0 million gain on sale of Banco Capital and equity stake in Backus & Johnston.

(3) Se utiliza 80.2 millones en 2000 y 2001, 81.0 millones de acciones en los otros periodos.
Uses 80.2 million in 2000 and 2001, 81.0 million shares for the other periods.

(4) Promedios calculados tomando el promedio del saldo inicial, saldos trimestrales y saldo final de cada año.
Average determined from the average of the beginning, quarterly and ending balances in each year.

(5) Los ingresos totales incluyen ingresos por intereses netos más otros ingresos y se excluyen US\$33.6Mn de ingresos no recurrentes en 1999, y US\$19.0 millones en el 2001.
Total income includes net interest plus non-interest income excluding US\$33.6 million of non-recurrent income for 1999, and US\$19.0 million in 2001. Adjusted operating expense is net of provisions for assets received in lieu of loan repayment and mandatory employee profit sharing expense.

(6) Precios promedio del año, ajustados por entrega de acciones liberadas.
Prices are average for the year, adjusted for stock dividends.

Main Developments

Principales Desarrollos

En las siguientes secciones se destacan los principales desarrollos llevados a cabo durante el 2001, en los que notamos el enfoque seguido por Credicorp para ofrecer productos y servicios de la más avanzada tecnología y óptima calidad, con los cuales busca cubrir todas las necesidades de servicios financieros de sus clientes.

In the following sections the principal developments carried out during 2001 are highlighted, noting Credicorp's efforts to offer the most technologically advanced products and services with optimum quality, while striving to facilitate the financial needs of our clients.

Planes de Ahorro

Savings Accounts Plans

El Banco de Crédito del Perú empezó a ofrecer, con el apoyo de una exitosa campaña publicitaria, tres cuentas de ahorro de trato diferenciado de acuerdo con las necesidades de inversión y transacciones de cada cliente: Cuenta Costo Cero, Cuenta Móvil y Cuenta Clásica. Los planes varían en cuanto a los costos de mantenimiento y las transacciones permitidas, dependiendo de los saldos líquidos que se mantengan en ellas. En un extremo tenemos a la Cuenta Costo Cero que exonera al ahorrista de cargos por mantenimiento de su cuenta, y en el otro, tenemos a la Cuenta Móvil que permite efectuar un alto número de transacciones sin costo y proporciona estados de cuenta mensuales como ayuda para el control de los movimientos.

Banco de Crédito offered, with the support of a successful advertising campaign, three types of savings account plans with different treatments according to the investment and transactional needs of each client: Cuenta Costo Cero, Cuenta Móvil and Cuenta Clásica. The savings plans have varying maintenance costs and allowable transactions, depending on the deposit amounts. In the case of the Cuenta Costo Cero, the client is free of service charges, and, on the other hand, the Cuenta Móvil allows for a high number of cost-free transactions and provides a monthly statement to help control movements.



La principal subsidiaria de Credicorp, el Banco de Crédito del Perú, está a la vanguardia del desarrollo de servicios financieros más avanzados tecnológicamente. ViaBCP, el portal integral de Internet, ofrece transacciones de banca electrónica y una diversa gama de servicios y páginas con contenido, incluyendo guías de inversión en valores, análisis y ayudas a los inversionistas, una guía de oportunidades de negocios, y una página especializada en el mercado inmobiliario. El portal se diseñó para fortalecer el negocio financiero del Banco de Crédito. Da cabida a todo el abanico de productos, inclusive los del mercado de capitales y seguros, proporcionando a los clientes un canal para mantenerse en comunicación y realizar sus transacciones, y permite estrechar relaciones con aquellos de nivel más sofisticado y bajo las condiciones siempre cambiantes del mercado. El número de operaciones que se llevan a cabo por Internet se ha cuadruplicado desde el lanzamiento del portal en mayo del 2000. Exceden el millón de operaciones mensuales y representan, al cierre del ejercicio 2001, el 7% del total de operaciones del Banco.

En el 2001 se ofreció a los clientes un sofisticado acceso que requirió de una clave de seis dígitos bajo el programa Clave viaBCP, con el que se puede realizar un mayor conjunto de operaciones e incorporar otras tarjetas electrónicas. También se lanzaron dos nuevos productos: viaPrecios y viaBox. En viaPrecios se establece una comunicación directa entre consumidores finales y proveedores. Brinda herramientas y servicios para decidir las compras, comparando entre múltiples alternativas y precios, y hace llevar ofertas al mercado de compradores. ViaBox permite efectuar compras en los Estados Unidos, con servicio de entrega de los pedidos en los domicilios de los clientes. En ambos casos la parte operativa se realiza a través de empresas especializadas.

Credicorp's main subsidiary, Banco de Crédito del Perú, has been at the forefront in the development of electronic banking services in Perú. The integral internet portal viaBCP offers electronic banking transactions and a broad range of products and pages with content, including guides to investing in securities, analysis and other advice for investors, a guide for opportunities in business and a page specialized in real estate. The Internet portal was designed to strengthen Banco de Crédito's existing business. It gives access to a variety of products, including insurance and capital markets products, providing clients with a channel to communicate and carry out their transactions. It also allows closer contact with the client at a more sophisticated level and in a changing marketplace. The number of operations carried out on the Internet has quadrupled since its launch last year. The number of operations now exceeds a million per month, and at the end of 2001 represented 7% of all of the Bank's operations.

In 2001, clients were given a more sophisticated access that required a special six-digit pin established under the program Clave viaBCP, with which they can carry out a wide range of operations and affiliate other electronic cards. Two new products were introduced in 2001: viaPrecios and viaBox. viaPrecios allows direct communication between the consumer and provider. It supplies tools and services for making purchasing decisions, allowing the consumer to compare among various alternatives and prices, and provides a venue for marketable items to reach customers. viaBox facilitates purchases made directly from the United States, with convenient home delivery service. Both services are carried out through alliances with specialized companies.

Promoción Casa Gratis | Promocion Casa Gratis

With the innovative campaign Hipotecasa te regala la casa, Banco de Crédito del Perú regained leadership in mortgage loans. The program gives the client incentives to make mortgage loan payments promptly. In addition, it gives clients with a record of punctual payments the choice of two benefits: a refund of 20% of the loan when it is paid off, or a discount of 1/4% off the mortgage rate every year, up to a certain limit.

Con la novedosa campaña Hipotecasa te regala la casa, el Banco de Crédito del Perú retoma el liderazgo en el campo de los créditos hipotecarios. El programa está diseñado para otorgar incentivos a los clientes que cumplan oportunamente con el pago de las cuotas de sus préstamos. Adicionalmente, se ofrece a los clientes con una trayectoria de pago puntual de sus obligaciones, dos beneficios alternativos: la devolución del 20% del crédito al término del cronograma de pagos, o la disminución de 1/4% anual de la tasa del crédito, acumulable hasta alcanzar un interés mínimo determinado.



En el 2001 se lanzó la tercera versión de Cobra-T, el servicio de “factoring” electrónico por Internet. Cobra-T trabaja como un módulo de Telecrédito Infoexpress, nuestro servicio de banca electrónica para empresas, por intermedio del cual se ingresa la información sobre los documentos a pagar. Con el uso del sistema Cobra-T, las empresas y sus proveedores obtienen beneficios por la eficiencia ganada en la gestión de las facturas, pues facilita el pago y la cobranza de las mismas con cargos y abonos automáticos en cuentas corrientes. Se ofrece a los proveedores la posibilidad de la cobranza adelantada usando facilidades de crédito que brinda el Banco. La información que proporciona Cobra-T facilita conocer la situación de los documentos y de los abonos por los adelantos efectuados con cargo a líneas de crédito, pudiéndose obtener información detallada a través de los diferentes canales que brinda el Banco.

COBRA-T

In 2001, a third version of Cobra-T, the service of electronic “factoring” via the Internet, was launched. Cobra-T works with the TeleCrédito module Infoexpress, our electronic banking service for companies, through which information on documents to be paid is entered. With the use of the Cobra-T system, companies and providers can obtain benefits from the efficiency gained in the processing of bills, since it facilitates the payment and collection of the invoices, with fees and receipts automatically applied to checking accounts. Providers are offered the possibility of having cash advances using the credit facilities offered by the Bank. The information offered by Cobra-T facilitates the management of outstanding documents and of cash advances obtained drawing down credit lines, with detailed information made available through the different channels offered by the Bank.

Se ofrece este servicio como el medio de facilitar la recaudación de clientes que reciben regularmente un alto volumen de pagos. El principal beneficio que brinda Credipago es poder identificar a la persona que efectúa el pago, al asociarla a códigos previamente establecidos en el momento de efectuar la transacción, mientras los clientes aprovechan la conveniencia de la extensa red de oficinas y diversidad de canales de atención del Banco. En el año 2001 se ampliaron las funciones del producto, adaptándose a las necesidades de mayor detalle de información de las operaciones por parte de clientes especiales y de las Municipalidades. El número de clientes afiliados a Credipago se incrementó significativamente durante el ejercicio, logrando que el ingreso por comisiones subiera en 50%.

Credipago

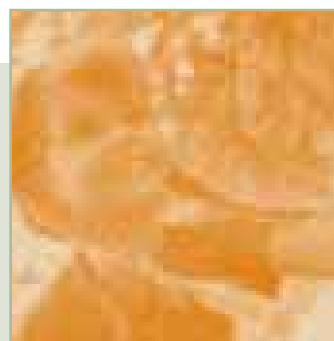
This service is offered to automate collections of clients that regularly receive high volume payments. The main benefit offered by Credipago is the ability to identify the person who is making the payment, by associating them with codes previously established in the moment the transaction is carried out. Clients, meanwhile, can make the transactions taking advantage of an extensive network of branches and the diversity of electronic channels offered by the bank. In 2001, the functions of the product were expanded, adapting them to the need for greater details of information on the part of special clients and municipalities. The number of clients affiliated to Credipago increased significantly during the year, making it possible for revenue from related fees rise 50%.

After a 15-month effort, the interconnection of the computer systems of Banco de Crédito del Perú and Banco de Crédito de Bolivia was completed in July 2001. The interconnection project has given Banco de Crédito de Bolivia a technological edge over its competitors and has provided an important boost in the Bank's goal of becoming the leader in the Bolivian financial market. It also made possible economies of scale in the area of systems development. This project involved adapting all systems and their applications as well operational processes to the needs and norms of the Bolivian banking system. The operations of Banco de Crédito de Bolivia are processed from the mainframe computers in Perú using high speed fiber-optic communications. The unified technological platforms allowed for the immediate application of Servimatic, the system that handles client service at teller windows, and to use improved credit and debit card products.

Interconexión BCP Perú y Bolivia

Interconnection BCP Perú and Bolivia

La interconexión de los sistemas de cómputo del Banco de Crédito del Perú y del Banco de Crédito de Bolivia se completó en julio del 2001, luego de quince meses de trabajo. Este proyecto le ha dado a nuestra subsidiaria en Bolivia una ventaja tecnológica sobre sus competidores, le permite avanzar en su objetivo de liderar el sistema financiero boliviano, y al Grupo lograr economías de escala en el desarrollo de sistemas. El proyecto significó la adecuación de todos los sistemas, aplicaciones, y procesos operativos a los requerimientos y normas del sistema bancario boliviano. Las operaciones del Banco de Crédito de Bolivia se procesan desde los computadores centrales en el Perú, empleando comunicaciones de alta velocidad en fibras ópticas. Las plataformas tecnológicas uniformes permitieron la inmediata aplicación del Servimatic, que administra la atención en ventanillas, y tomar ventaja de mejoras en las tarjetas de crédito y débito, productos de vanguardia en beneficio de los clientes bolivianos.



BCP Seguro Vida retorno

BCP seguro Vida Retorno

BCP seguro Vida Retorno is a term life insurance plan which allows clients the option of recovering the amounts paid over the period of the plan, since it includes a financial savings component. This plan, was designed especially for young people with dependents, and was made more accessible by not requiring a medical exam and by providing a simplified application procedure.

BCP seguro Vida Retorno es un plan de seguro de vida temporal que le da al cliente la opción de recuperar todo lo pagado una vez que se cumplen los plazos establecidos al contar con un componente financiero. El producto está diseñado especialmente para personas jóvenes con dependientes, y su cobertura es más accesible por no requerir de exámenes médicos y por proporcionar una forma rápida y simplificada de inscripción y aprobación.

Adelantos Tecnológicos en Colombia

Technological Advances in Colombia

Durante el año 2001 el Banco Tequendama, de Colombia, desarrolló el proyecto de renovación de su base tecnológica con el objetivo de identificar y priorizar los requerimientos de los clientes, con metas para ampliar los canales de distribución y ofrecer nuevos productos y servicios. Significó una importante gestión en el campo de canales alternos y consolidó servicios como Call Center, Conecta-T y ACH. Además se lanzó nuevos productos y servicios, como Paymoney, Banca Domiciliaria y la página transaccional del Banco en Internet, con servicios complementarios como el WAP. Desde esta página se brindan servicios de banca electrónica y, adicionalmente, las empresas llevan a cabo sus transacciones de pagos, seguimiento de préstamos, compra-venta de moneda extranjera, etc. Los canales alternos se han posicionado de tal forma, que al finalizar el año 2001 el 30% de las transacciones bancarias del Banco Tequendama se realizaron a través de ellos, generando un ahorro significativo en términos de costos.

In 2001, Banco Tequendama renewed its technological base with the objective of identifying and prioritizing the requirements of its clients, including goals of expanding the distribution channels to offer new products and services. This allowed for important increases in alternative delivery channels and established new services such as Call Center, Conecta-T and ACH. Additionally, new products and services were launched like Paymoney, Banca Domiciliaria and the transactional page Banco en Internet, with complementary services like wireless phone access. Electronic banking services are offered from this page and in addition companies carry out their payment transactions, keep track of loans, the purchase and sale of foreign exchange, etc. The alternative channels have been positioned in such a way that at the end of 2001, 30% of the banking transactions of Banco Tequendama were carried out through them, generating a significant cost savings.

Accolades in 2001

Premios en el 2001

Best Bank of the Year

Three prestigious magazines in the world of finance individually recognized Banco de Crédito del Perú as the best bank in Perú during 2001. These magazines annually recognize institutions offering outstanding financial services and for their activities in capital markets.

■ Global Fin@nce Magazine, New York

Banco de Crédito received the distinction of being "The Best Bank in Perú", making special note that it is the largest financial institution in the country, and had the highest level of liquidity and financial flexibility, while maintaining its reputation for high levels of technology and continued investment in infrastructure.

■ The Banker Magazine, London

Banco de Crédito del Perú was recognized as "Best Bank of the Year" for maintaining its leadership of the Peruvian banking sector in the midst of political and economic upheaval, which was accomplished by diversifying from loans to corporate customers, towards fee-based products and the use of the Internet.

■ Euromoney Magazine, London

Banco de Crédito del Perú was named "Best Bank in Perú" as part of the magazine's prestigious Euromoney Excellence 2001 awards.

Best Issue of the Year

Banco de Crédito del Perú received two prizes from this prestigious international magazine for the successful issue, made in January 2001, of US\$100 million in seven-year bonds securitized with future electronic transfers from correspondent banks.

Mejor Banco del Año

Tres revistas de gran prestigio en el mundo de las finanzas le otorgaron al Banco de Crédito del Perú, cada una en forma independiente, el reconocimiento de ser el mejor banco peruano del año 2001, en el marco de los premios que otorgan anualmente a instituciones que destacan en servicios bancarios y actividades en el mercado de capitales.

■ Revista Global Fin@nce, Nueva York

El Banco de Crédito recibe la distinción de ser el "Mejor Banco en el Perú" al destacar como la mayor institución de la plaza y contar con la mayor liquidez y flexibilidad financiera, manteniendo su reputación de mantener altos niveles tecnológicos y de infraestructura.

■ Revista The Banker, Londres

El reconocimiento del Banco de Crédito como el "Mejor Banco del Año" se debió a que supo mantener su liderazgo en el sector financiero peruano en un entorno de inestabilidad política y económica, lográndolo mediante la diversificación a partir de los préstamos tradicionales a las corporaciones, para desarrollarse hacia servicios no financieros y el empleo de Internet.

■ Revista Euromoney, Londres

El Banco fue galardonado como el "Mejor Banco en el Perú" en los prestigiosos premios de Excelencia Euromoney 2001.

Mejor Emisión del Año

El Banco de Crédito del Perú ha recibido dos premios de revistas de prestigio internacional, por la exitosa emisión, efectuada en enero del 2001, de US\$100 millones de bonos al plazo de siete años, con la característica de estar vinculados a los flujos de transferencias de fondos recibidos de bancos corresponsales del exterior:

■ Revista Euromoney, Londres

El Banco fue galardonado como el "Mejor Emisor Financiero de Deuda en Latinoamérica", considerando como excepcional la transformación en un "activo" el flujo de fondos que se transfiere electrónicamente desde el exterior. Sobre este "activo", que sirve de garantía, se obtuvo el financiamiento, gracias a lo cual el valor emitido pudo alcanzar la calificación de riesgo de triple-A.

■ Revista Latin Finance, Miami

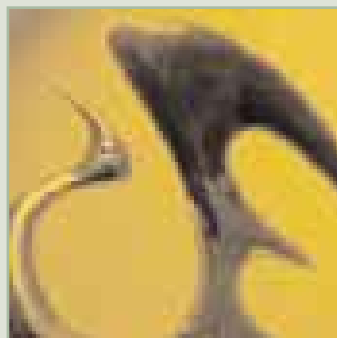
La emisión de bonos fue distinguida como “La Mejor Operación Financiera del Año”, destacando la novedosa característica del empleo de fondos transferidos electrónicamente para disminuir el riesgo percibido por los inversionistas. La revista observa que la modalidad empleada se está convirtiendo en el estándar en operaciones similares llevadas a cabo por instituciones en otros países latinoamericanos con niveles de riesgo país relativamente altos.

Creatividad Empresarial

El Banco de Crédito del Perú fue la única institución que recibió dos premios Creatividad Empresarial 2001, en el concurso anual organizado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Los premios Creatividad Empresarial 2001 son considerados como la distinción más importante a nivel empresarial en el Perú. El portal viaBCP recibió un premio por el producto de Finanzas Personales, en la categoría de Educación, y otro por viaInmuebles, en la categoría de Inmuebles, Equipamiento y Decoración, que brinda el servicio de compra-venta de inmuebles. Este es el segundo año consecutivo en el que los servicios ofrecidos a través del portal viaBCP han sido reconocidos por prestigiosas distinciones.

Ganadores por cuarto año consecutivo del Max Effie

El Banco de Crédito del Perú fue galardonado con dos premios Max Effie, concurso cuyo objetivo es evaluar la eficacia y creatividad de las diversas campañas publicitarias, constituyendo la más alta distinción de su tipo en el Perú. La Tarjeta viaBCP obtuvo el primer premio, Max Effie de Oro, en la categoría de Campañas de Lanzamiento. Por su parte, los Planes de Ahorros recibieron la misma distinción en la categoría de Servicios. El Banco de Crédito recibe este premio por cuarto año consecutivo, como reconocimiento de su liderazgo en creatividad en aspectos de mercadeo y publicidad. Es la primera vez que se reciben dos premios en el mismo año.



■ Euromoney Magazine, London

Banco de Crédito del Perú was named “Best Financial Issuer of Debt in Latin America,” for having transformed electronic fund transfers from abroad into an “asset”. Based on this “asset”, the bonds received a risk classification of triple-A.

■ Latin Finance Magazine, Miami

The US\$100 million securitized bond issue was distinguished as “The Best Financial Operation of the Year,” stressing the innovative characteristic of the use of funds transferred electronically from abroad to reduce the risk perceived by investors. The magazine said that the structure used is being considered as the standard for similar operations carried out by institutions in other Latin American countries with relatively high country risk levels.

Creatividad Empresarial

Banco de Crédito del Perú was the only institution to be given two Creatividad Empresarial 2001 awards in the annual competition organized by The Peruvian Applied Sciences University. The business creativity awards are considered the most important awards by the Peruvian business sector. The viaBCP Internet portal received awards for Personal Finance products, in the Education category, and viaInmuebles, the Internet-based real estate service, in the category of Real Estate, Equipment and Decoration. It was the second consecutive year that services or products that are offered through the viaBCP portal won this prestigious award.

Max Effie prize for the fourth year

Banco de Crédito received two Max Effie awards, in the annual contest for effectiveness in marketing and advertising, the highest distinction of its kind in Perú. The viaBCP card won the Max Effie de Oro award in the category of Campaign Launches and BCP's Planes de Ahorro, savings plans alternatives, received the same distinction in the Services category. As a sign of its leadership in marketing and advertising creativity, Banco de Crédito has received the award for the fourth consecutive year. It is the first time, however, that the bank received two awards in the same year.