

Evolución de Credicorp

Main Developments at Credicorp



Principales Indicadores

Financial Highlights

En millones de US Dólares *In US\$ millions*

	2001	2002	2003
Rentabilidad Profitability			
Utilidad neta <i>Net Income</i>	54.5 ¹	42.4	80.6
Utilidad neta por acción (US\$ por acción) <i>Net Income per Share (US\$ per share)</i>	0.69 ¹	0.53	1.01
Retorno sobre patrimonio promedio ² <i>Return on average equity²</i>	6.9% ¹	5.3%	9.4%
Retorno sobre activos promedio ² <i>Return on average assets²</i>	0.7% ¹	0.6%	1.0%
Ratios Operativos Operations			
Gastos operativos sobre ingresos totales ^{3,4} <i>Operating costs over total income^{3,4}</i>	52.9%	52.1%	50.6%
Gastos operativos sobre activos promedio ^{2,4} <i>Operating cost over average assets^{2,4}</i>	5.0%	4.6%	4.6%
Otros ingresos sobre activos promedio ² <i>Other income over average assets²</i>	4.9%	4.9%	5.1%
Balance (fin de periodo) Balance Sheet (end of period)			
Activos <i>Assets</i>	7,582	8,630	8,314
Préstamos netos <i>Net loans</i>	3,720	4,394	4,155
Depósitos <i>Deposits</i>	5,543	6,381	5,986
Patrimonio neto <i>Net Equity</i>	797	824	911
Capitalización (nº de veces) Capital Adequacy (nº of times)			
Activo total sobre patrimonio <i>Total assets over equity</i>	9.5	10.5	9.1
Activos ponderados por riesgo sobre patrimonio efectivo <i>Risk-weighted assets over Regulatory Capital</i>	8.1	8.1	8.8
Calidad de la Cartera Loan Portfolio Quality			
Préstamos atrasados sobre préstamos totales <i>Past due loans over total loans</i>	8.5%	8.3%	5.6%
Provisiones sobre préstamos atrasados <i>Provisions over past due loans</i>	98.2%	104.4%	127.5%
Otros Datos Other Information			
Número de acciones, neto (en millones) <i>Number of shares, net (in millions)</i>	79.5	79.7	79.7
Precio promedio por acción (en US\$) ⁵ <i>Average price per share (in US\$)⁵</i>	8.13	8.49	10.4
Número de empleados <i>Number of employees</i>	9,375	9,226	9,314

1 Incluye US\$ 19.0 millones de beneficio por la venta de Banco Capital y acciones de Backus & Johnston.

1 Includes US\$19.0 million for the sale of Banco Capital and shares of Backus & Johnston.

2 Promedios calculados tomando el promedio del saldo inicial, saldos trimestrales y saldo final de cada año.

2 Averages calculated taking the average of the original balance, quarterly balance and final balance of each year.

3 Los ingresos totales incluyen ingresos por intereses netos más otros ingresos y se excluyen US\$ 19.0 millones de ingresos no recurrentes en 2001, US\$ 12.3 millones de gastos no recurrentes en el 2002, y US\$ 18.6 millones en el 2003.

3 Total income includes net interest income plus other income and excludes US\$19.0 million in non-recurring income in 2001, US \$12.3 million in non-recurring expenses in 2002, and US\$18.6 million in 2003.

4 Los gastos operativos excluyen provisiones por el menor valor de bienes adjudicados, gastos no recurrentes y la participación de trabajadores en los resultados.

4 Adjusted operating expenses is net of provisions for assets received in lieu of loan payments, non-recurring costs and mandatory employee profit sharing expense.

5 Precios promedio del año, ajustados por entrega de acciones liberadas.

5 Average prices for the year, adjusted for stock dividends.

Principales Desarrollos

Main Developments

A continuación las principales actividades de las empresas de Credicorp en el 2003.

Banca Comercial

Los negocios realizados en la región han mejorado notablemente en su desempeño. El evento más importante del 2003 ha sido la consolidación de nuestros negocios luego de haber adquirido la filial peruana del Banco Santander Central Hispano.

Banco de Crédito BCP

El BCP alcanzó una participación de mercado de 32.8% en colocaciones netas y de 36.0% en depósitos, obteniendo utilidades muy superiores a las del 2002. Inclusive, en los trimestres sin cargos extraordinarios, el Banco de Crédito BCP se ha consolidado como el banco más rentable y eficiente de la plaza.

Banco de Crédito de Bolivia

El Banco de Crédito de Bolivia mejoró sensiblemente la calidad de activos incluidos en su balance, gracias a una oportuna gestión de riesgos. Esta situación permitió disminuir los recursos necesarios para apoyar dicha institución.

Banco Tequendama

El Banco Tequendama consolidó las ganancias asociadas a la reformulación de su estrategia comercial, priorizando los negocios de la banca minorista.

Following are Credicorp's main events and activities in the course of 2003.

quarters free of extraordinary charges, BCP emerged as the most profitable and efficient bank in the local market.

Commercial Banking

Credicorp's business in the region improved significantly. Undoubtedly, last year's most important event was the consolidation of Credicorp's business following the acquisition of the Peruvian subsidiary of Banco Santander Central Hispano. This acquisition made customer relationships more profitable as it fueled increased product offerings and services.

Banco de Crédito de Bolivia

Thanks to timely risk management, Banco de Credito de Bolivia notably improved the quality of its assets. This situation reduced the resources from other Credicorp businesses needed to support BCB.

Banco Tequendama

Banco Tequendama in Colombia has consolidated the earnings resulting from the restructuring of its sales strategy, focused mainly on retail banking business.

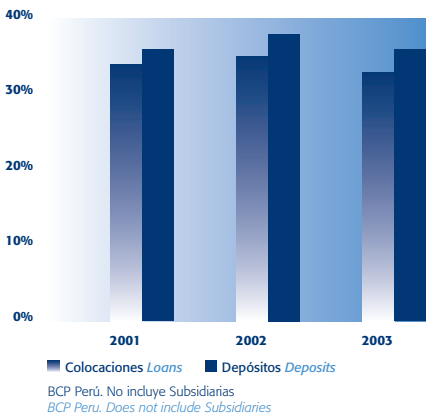
Banco de Crédito BCP

The Banco de Credito BCP's market share reached 32.8% in net loans and 36.0% of total deposits, earning higher profits than in 2002. Moreover, in

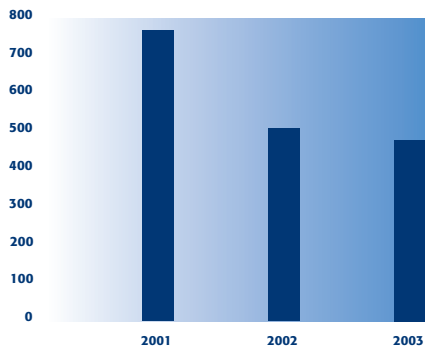
El BCP se ha consolidado como el banco más rentable y eficiente de la plaza, luego de adquirir la filial peruana del BSCH

BCP has emerged as the local market's most profitable and efficient bank after the purchase of BSCH's Peruvian operations

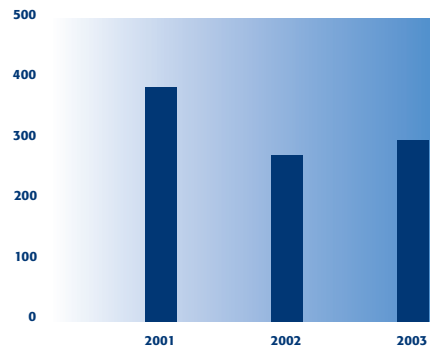
BCP: Participación de Mercado
BCP: Market Share



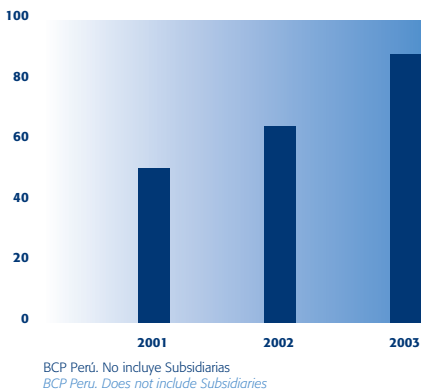
BCB: Activo (US\$MM)
BCB: Assets (US\$MM)



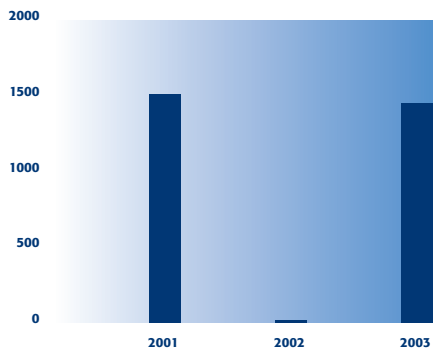
Tequendama: Activo (US\$MM)
Tequendama: Assets (US\$MM)



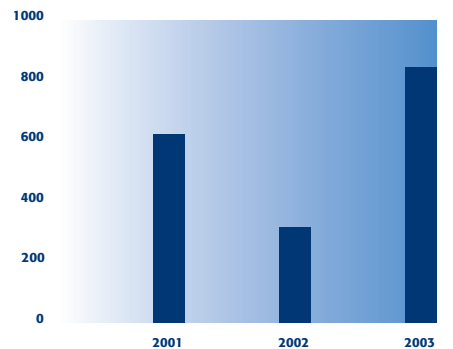
BCP: Utilidades (US\$MM)
BCP: Revenues (US\$MM)



BCB: Utilidades (US\$M)
BCB: Revenues (US\$M)



Tequendama: Utilidades (US\$M)
Tequendama: Revenues (US\$M)



Administración de Activos y Corretaje de Valores

En los portafolios administrados aumentó la importancia de activos con menor riesgo, lo que contribuyó a estabilizar los resultados de las operaciones. Del mismo modo, se pudo enfrentar exitosamente la reducción de tasas de interés a nivel internacional a través de mejores ratios de eficiencia y una administración más eficaz de los pasivos.

Atlantic Security Holding Corporation

La creación de nuevos productos de inversión permitió que los fondos de clientes bajo su administración (depósitos y fondos de terceros) crecieran en 18.3%. Del mismo modo, conseguimos importantes ganancias en eficiencia pues hemos logrado incrementar el total de nuestros activos en 16.5% con una reducción de 27.3% en nuestros gastos operativos. Ello ha resultado en un incremento de 89.5% en nuestro resultado neto.

Credifondo SAF

En el Perú, durante el pasado ejercicio esta empresa alcanzó una participación de mercado de 50%, al haber administrado US\$ 1,000 millones. Asimismo, se obtuvo una rentabilidad superior a otras alternativas tradicionales de ahorro.

Credibolsa SAB

Esta casa de corretaje de valores continuó liderando el mercado con una participación de 52.8% en renta fija y 15.4% en renta variable. Credibolsa logró un crecimiento de 35.7%.

Asset Management and Stock Brokerage

Lower risk assets grew in importance within managed portfolios; this tendency has contributed to stabilize operational results and protect shareholder and customer interests. Improved efficiency ratios and more efficient liability management permitted Credicorp to successfully resist decreasing international interest rates.

Atlantic Security Holding Corporation

Managed assets from our clients (deposits and third party funds) grew 18.3% after the introduction of new investment products. Additionally, ASHC improved its operating efficiency ratios. Total assets grew 16.5%, and operating costs fell 27.3%, resulting in 89.5% greater ASHC's net income.

Credifondo SAF

Last year, Credifondo SAF reached a 50% market share in Peru, managing one billion US dollars. Yields were higher than alternative savings options.

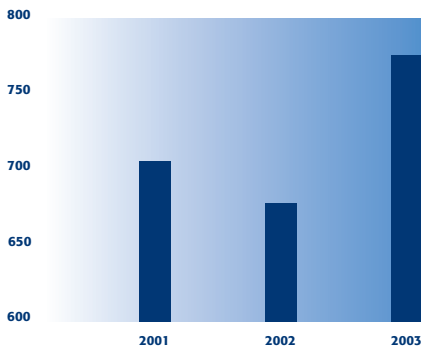
Credibolsa SAB

With a 52.8% market share in fixed income and a 15.4% share in stocks, Credibolsa continued to prove itself a market leader. Increased activity in the local stock market explains 35.7% growth in this business's results.

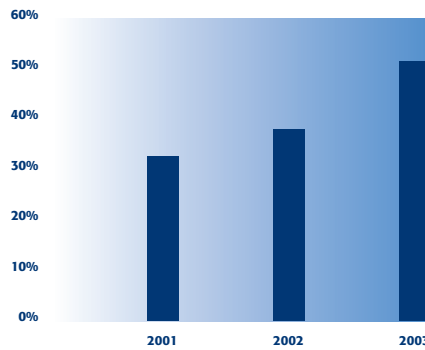
Los fondos de Atlantic Security Holding Corporation crecieron 18.3% por los nuevos productos de inversión

Atlantic Security Holding's funds grew 18.3% with the introduction of new investment products

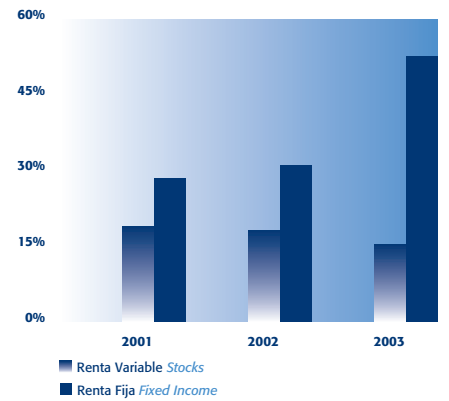
ASCH: Activos (US\$MM)
ASCH: Assets (US\$MM)



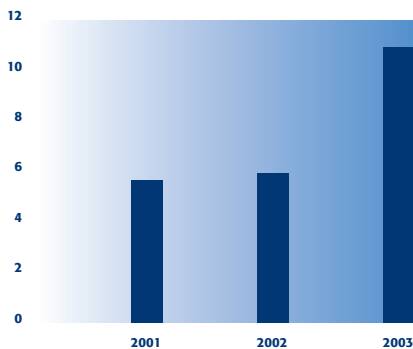
Credifondo: Participación de Mercado
Credifondo: Market Share



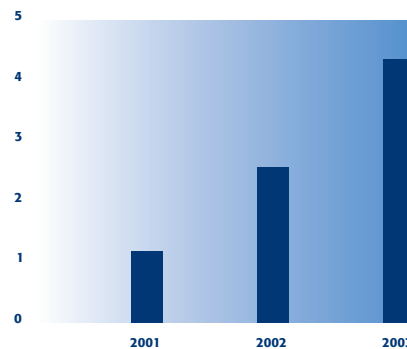
Credibolsa: Participación de Mercado
Credibolsa: Market Share



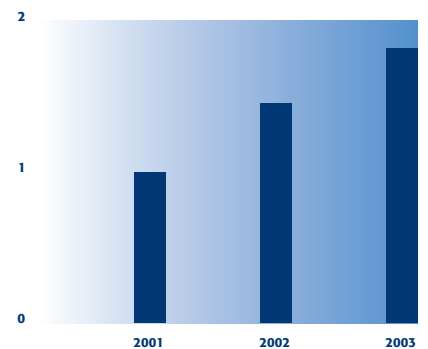
ASCH: Utilidades (US\$MM)
ASCH: Revenues (US\$MM)



Credifondo: Utilidades (US\$MM)
Credifondo: Revenues (US\$MM)



Credibolsa: Utilidades (US\$MM)
Credibolsa: Revenues (US\$MM)



Sector Asegurador

La producción combinada de las empresas de seguros del Grupo Pacífico (Vida, Generales y Salud) se incrementó 14.3%, gracias al esfuerzo desarrollado para capitalizar el potencial de crecimiento del mercado asegurador peruano. Cabe notar que el consumo *per capita* de primas de seguros en el Perú es inferior al 50% del promedio para la región.

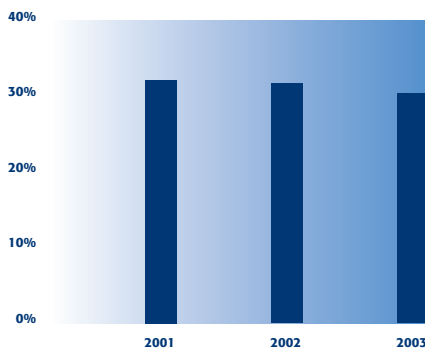
El crecimiento de primas en Pacífico se ha dado principalmente en los ramos de seguros patrimoniales y de vida. Estos resultados se reflejan en una participación de mercado del Grupo Pacífico de 29.9%.

En tal sentido, es destacable el incremento de 136.6% registrado en el ramo de rentas vitalicias que implicó importantes cargos para la constitución de reservas. Aun con ello, hemos obtenido un incremento de 2.6% en la utilidad asociado a mejoras en el manejo de nuestras inversiones y una mayor producción de primas.

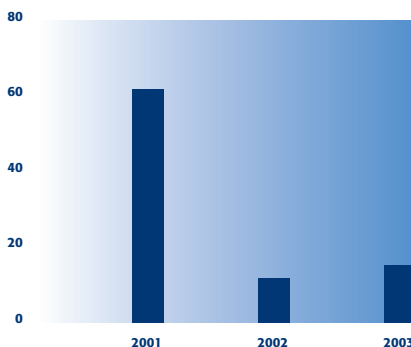
Es importante destacar la reducción en el ratio de siniestralidad neta. Esta alcanzó un 69.1% en el 2003, en comparación al 70.1% registrado el año anterior.

Esta situación fue posible como consecuencia de la estrategia conservadora en la calidad de los riesgos asumidos.

PPS: Participación de Mercado
PPS: Market Share



PPS: Utilidades (US\$MM)
PPS: Revenues (US\$MM)



Insurance Sector

The combined production of the firms within the Pacifico Insurance Group (Life, General and Health) increased by 14.3%.

The increased production is basically in property and life insurance. As such, the Pacifico Group market share reached 29.9%.

This significant growth is attributable to greater efforts to take advantage of the potential growth in the Peruvian insurance market, where the per capita consumption for insurance premiums is 50% below the region's average.

Worth noting, the annuities business grew by 136.6%, which generated significant charges in reserve makeup.

Profits grew 2.6%, partially due to improvements in investment and increased premiums.

Importantly, the ratio of net claims was reduced to 69.1% in 2003, down from 70.1% in the previous year.

This reduction was achieved through their conservative strategy regarding the quality of the risks assumed.

**Por segundo año consecutivo, Credicorp
recibió el premio "Top Five Websites" de la
Región Andina**

*For the second consecutive year, Credicorp won
the regional "Top Five Websites" award*

Premios en el 2003

Premio "Top Five Websites" de la Región Andina para Credicorp

En el 2003, por segundo año consecutivo, Credicorp se hizo acreedor del premio "Top Five Websites" de la región Andina por su página web *www.credicorpnet.com*. Este premio es otorgado por MZ Consult a las empresas que, a través de sus páginas web, mantienen una comunicación óptima con la comunidad de analistas e inversionistas.

Para la entrega de este premio, MZ Consult y un comité de profesionales del mundo financiero evaluaron criterios tales como cantidad y variedad de contenido, tecnología y capacidad de manejo de datos, interacción, diseño, actualizaciones constantes y, por último, flexibilidad de idiomas.

Credicorp, cumpliendo con estos criterios, ofrece mediante esta página una herramienta para que compañías, mercados de capitales, inversionistas, accionistas y analistas se comuniquen a través de un mismo acceso, con publicaciones en tiempo real y con posibilidades de interacción para todos.

Premio Effie a la Gran Marca Clásica para el BCP

En setiembre del 2003, el Banco de Crédito BCP obtuvo el importante premio Effie a la Gran Marca Clásica en el Marketing peruano como un reconocimiento a su trayectoria en los últimos 20 años y a su significativa contribución a la disciplina del marketing en el país,

Accolades in 2003

The "Top Five Websites" Award for the Andean Region

*For the second consecutive year, Credicorp won the "Top Five Websites" award for the Andean Region for its web page *www.credicorpnet.com*. MZ Consult gives this award to companies that use their web pages for outstanding communication with the analyst and investor community.*

Prior to deciding on the winners of the "Top Five websites," a panel of financial professionals judges websites according to the following criteria: number and variety of contents, technology and data management capacity, interaction, design, constant up-dates and language flexibility.

Credicorp has met the abovementioned criteria by offering a useful web page tool

for communication between companies, capital markets, investors, shareholders and analysts. Through a common access point, the Credicorp web page offers its users publications and interaction in real time.

Effie Award for the Best Classic Brand for BCP

In September 2003, Banco de Credito BCP received the prestigious Effie Award for the Best Classic Brand in Peruvian Marketing in recognition for its 20-year track-record and significant contributions to marketing in Peru. This award reasserts BCP's brand positioning based on simplicity and innovation in banking.

Companies considered for an Effie Award must meet the criteria of demonstrated long-lasting and continuous



consagrándolo como la marca de la simplicidad e innovación en banca.

Para obtener este premio, las empresas evaluadas deben cumplir con determinados criterios: haber alcanzado un éxito duradero y sostenido en el mercado por más de dos décadas; haber contribuido significativamente en la disciplina del marketing, ya sea creando o cambiando la forma de pensar sobre un mercado o una categoría de mercado; siendo pionera al aplicar nuevos métodos de marketing y consagrar a la marca como un verdadero icono en el Perú.

El premio Gran Marca Clásica del Marketing Hall of Fame se otorga en el Perú desde 1999 en el marco del concurso Effie.

Premio a la Excelencia-Mejor Banco en el Perú

El BCP obtuvo un reconocimiento al trabajo realizado en el 2003 al ser premiados como el mejor banco en el Perú por la prestigiosa publicación inglesa *Euromoney*.

Este premio se entrega desde 1992. El BCP fue galardonado con este reconocimiento por primera vez en 1994 y lo ha venido recibiendo cada año desde entonces.

Para seleccionar a los ganadores de dicho reconocimiento, *Euromoney* realiza entrevistas a diversos analistas y personalidades del entorno financiero, incluida la opinión de los propios competidores; posteriormente esta información se analiza rigurosamente como parte esencial de un largo proceso de evaluación cualitativa.

Al entregar el premio, *Euromoney* refirió que el BCP ha obtenido esta nominación gracias a que tanto sus activos, como sus utilidades del ejercicio 2002 han representado más del

market success over a period exceeding twenty years and having significantly contributed to marketing either by creating or changing the way we think about a market or market category. In essence, a company must become a pioneer in new marketing methods to establish its brand as a true Peruvian icon.

The Marketing Hall of Fame's Classic Brand Award presented at the Effie Competition has been given in Peru since 1999.

Excellence Award-Best Bank in Peru

BCP received acknowledgement for its efforts in 2003 when it was designated as the Best Bank in Peru by the prestigious British publication Euromoney.

It is important to mention that Euromoney has been giving this award since 1992; BCP won this recognition for the first time in

1994, and has continued to receive this accolade every year since.

In giving the award, Euromoney said BCP was nominated for both its assets and profits in 2002, which were more than twice than those at its closest competitor.

Euromoney confirmed that BCP's acquisition of BSCH-Peru will contribute to strengthen BCP's position as a market leader and a bank "which everyone wants to bank with".

Creatividad Empresarial Award for Transfers to Peru Services

At the annual event Creatividad Empresarial, BCP received the award for its service: Transfers to Peru. This enables all peruvians living in the United States, Spain, Italy and Japan to send money to Peru through more than 16 thousand authorized agencies, 8 thousand ATMs and the Internet.

Euromoney reconoció con el Premio a la

Excelencia al BCP como el mejor Banco del Perú

Euromoney recognized BCP as the best Peruvian bank with its Excellence Award

doble de los resultados de su más cercano competidor. Afirmó, asimismo, que la compra del BSCH-Perú por parte del BCP contribuirá a fortalecer su posición de líder y que se trata del banco "con el que todos quieren trabajar".

Premio Creatividad Empresarial a Envíos de Dinero a Perú

En el 2003 el BCP fue premiado en el concurso Creatividad Empresarial, en la categoría de Productos y de Uso Personal, con su producto Envíos de Dinero a Perú. Este servicio permite que los peruanos que viven en Estados Unidos, España, Italia y Japón puedan elegir entre más de 16 mil locales, 8 mil cajeros automáticos e Internet para enviar su dinero a Perú.

Reconocimientos al Aporte Cultural del BCP

El Banco de Crédito BCP fue distinguido con el Premio Luis Hochschild Plaut en la categoría Gran Empresa. Este premio, con el que se reconoce el aporte empresarial a la educación, el arte y la cultura, es otorgado por el Instituto Peruano de Administración de Empresas-IPAE y fue conseguido en la última Conferencia Anual de Ejecutivos CADE 2003.

Adicionalmente, el Instituto Nacional de Cultura-INC otorgó al BCP el Premio Medalla de Honor de la Cultura Peruana por su valioso aporte a la conservación, preservación, defensa y promoción del patrimonio histórico del país. Constituido en el 2003, este premio fue conferido a diez instituciones líderes del Perú, entre ellas Backus, Telefónica, Banco Continental, Fundación Wiese y Patronato de Lima.

Accolades for BCP's Cultural Contributions

At the Annual Conference for Executives CADE 2003, BCP was distinguished with the "Luis Hochschild Plaut" award in the Large Company category, given by the Instituto Peruano de Administración de Empresas - IPAE, in recognition for its contributions to education, art and cultural developments.

Additionally, BCP received the "Medalla de Honor de la Cultura Peruana" (Honor Medal for Peruvian Culture) given by the Instituto Nacional de Cultura - INC (National Institute for Culture - INC), for its consistent support to Peruvian culture. This award was given for the first time this year, distinguishing ten leader institutions in Peru for their valuable support to the conservation, preservation, defense and promotion of the country's

historical heritage. Backus, Telefonica, Banco Continental, Fundacion Wiese and the Patronato of Lima were also recognized, amongst others.

Resultados Financieros

Financial Results

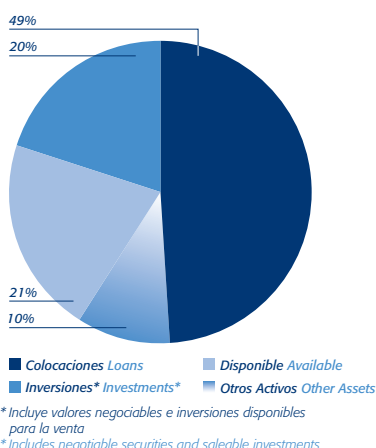
Al cierre del pasado ejercicio Credicorp y sus subsidiarias tuvieron una utilidad consolidada de US\$ 80.6 millones, lo que representa un incremento de 90% respecto del 2002.

Este buen resultado ha sido posible gracias a la eficaz aplicación de una estrategia de negocios que comprende los siguientes puntos:

- ▶ La capitalización de mejores resultados como producto de la adquisición del BSCH-Perú y de la integración de estos negocios a la organización del BCP.
- ▶ Una política conservadora en la asunción de riesgos que implicó la disminución en los cargos por provisiones.
- ▶ La situación de los mercados internacionales que fue aprovechada para redefinir el volumen de operaciones y recomponer la estructura del balance hacia activos más rentables y pasivos de menor costo.
- ▶ Un incremento de la participación de los ingresos por servicios, para disminuir la volatilidad en los resultados y aprovechar de una manera más eficiente la infraestructura operativa.
- ▶ Una mayor rentabilidad que unida a la alta liquidez de los mercados local e internacional, llevó a una importante alza en la cotización de Credicorp.

En tal sentido, Credicorp continuará con los mismos principios de solidez, eficiencia y rentabilidad para asegurar un crecimiento ordenado en beneficio de los accionistas y clientes.

Estructura del Activo 2003
Assets Structure 2003



At the end of 2003, consolidated income at Credicorp and subsidiaries was US\$ 80.6 million, representing a 90% increase since the previous year. This excellent result has been possible thanks to the fast introduction of a business strategy comprised of the following:

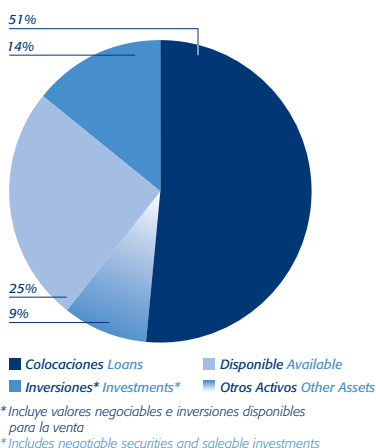
- ▶ *Capitalization of improved results, product of the BSCH-Peru acquisition and the integration of these businesses into the BCP organization.*
- ▶ *A conservative risk strategy that resulted in a decrease in loan portfolio provisions.*
- ▶ *We have taken advantage of international market conditions to restructure the volume of our operations and redirect our balance sheet structure towards the most profitable assets and lower cost liabilities.*

▶ We have increased our share of non-interest income, which has allowed us to reduce the volatility of our results and take advantage of our operating infrastructure in a more efficient manner.

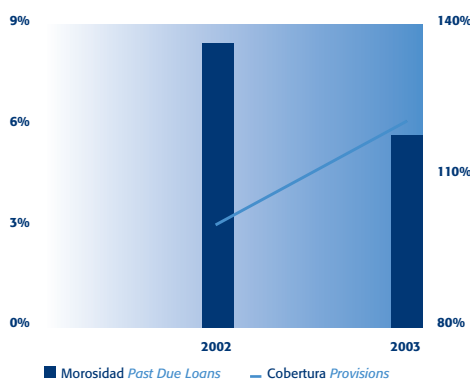
▶ The high liquidity of local and international markets, as well as its greater profitability have contributed to a significant increase in Credicorp stock's quotation.

In this regard, we hope to continue enforcing the same principles of strength, efficiency and profitability in order to ensure orderly growth for the benefit of our shareholders and customers.

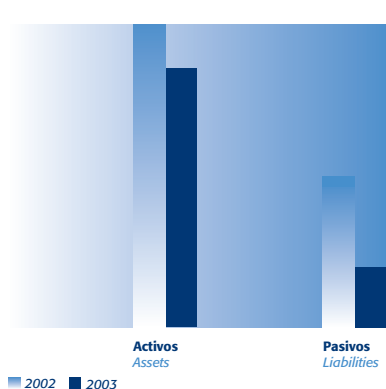
Estructura del Activo 2002
Assets Structure 2002



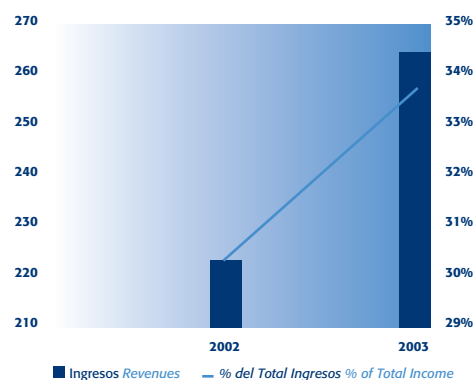
Calidad de Cartera
Portfolio Quality



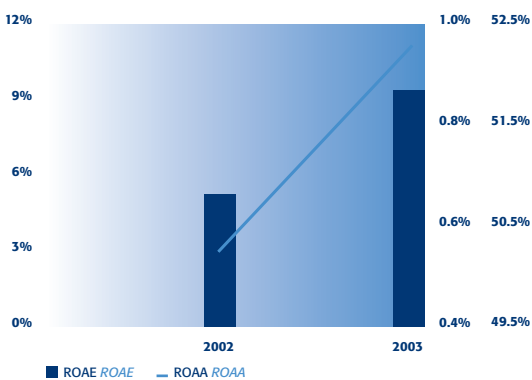
Total Activos y Pasivos (US\$MM)
Total Assets and Liabilities (US\$MM)



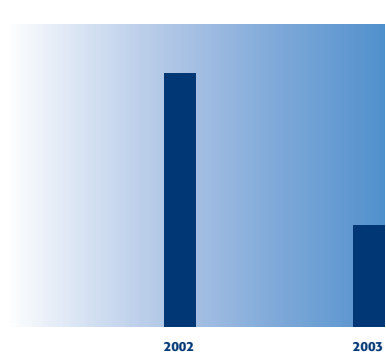
Ingresos por Servicios (US\$MM y %)
Non-Financial Revenues (US\$MM and %)



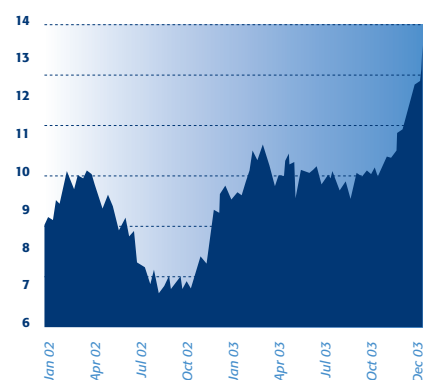
Rentabilidad (%)
Profitability (%)



Ratio de Eficiencia (%)
Efficiency Ratio (%)



Cotización de Credicorp (US\$)
Credicorp Stock (US\$)



Perspectivas 2004 y Objetivos para el Mediano Plazo

Outlook for 2004 and the Medium Term



Credicorp espera continuar obteniendo beneficios tangibles en sus operaciones mediante el desarrollo de un modelo de negocios ágil, simple y eficiente que involucre tanto la aplicación de principios conservadores en la administración de las actividades de intermediación, como la mejora continua en la calidad del servicio.

De manera específica, la perspectiva para cada una de las subsidiarias de Credicorp es la que sigue:

Banco de Crédito de Bolivia Se confía en una importante mejora en la estructura y rentabilidad de las operaciones sobre la base de una economía boliviana más estable, menores cargos por provisiones al terminar el saneamiento de la cartera, y mayor eficiencia luego de reestructurar las operaciones según el modelo de negocios del Banco de Crédito BCP.

Atlantic Security Holding Corporation Se mejorará el perfil de riesgo del portafolio de inversiones para aprovechar la aceleración del crecimiento global que se prevé para el presente ejercicio. Asimismo, se pretende crecer en el negocio de administración de patrimonios y obtener mayores ingresos por servicios financieros; para ello, se continuará diseñando productos financieros que satisfagan las necesidades de los clientes.

Banco Tequendama Los fundamentos de la economía colombiana indican que una mayor estabilidad cambiaria apoyará los esfuerzos de orientarse hacia el negocio de la banca minorista de bajo riesgo y así alcanzar un modelo de negocio que esté acorde con el volumen de las operaciones de este banco en Colombia. Asimismo, tras haber alcanzado un nivel adecuado en la constitución de reservas, será posible una reducción en el esfuerzo por provisiones y, consecuentemente, un incremento en la rentabilidad de las operaciones.

We hope to continue making tangible benefits in our operations through the development of a more agile, simple and efficient business model that implies applying conservative management principles for intermediation activities and continual improvement of our customer service quality.

Specifically, our outlook for each of our subsidiaries is as follows:

Banco de Crédito de Bolivia The Banco de Crédito de Bolivia is planning major improvements in its operations' structure and profitability. This projection is based upon the following factors: (i) increased stability in the Bolivian economy, (ii) lower provisions once the portfolio loan quality reaches adequate levels and, (iii) important efficiency gains following the completion of an operational restructuring

process based upon the Banco de Crédito BCP's business model.

Atlantic Security Holding Corporation This institution will continue to emphasize an improvement in its risk profile for investment portfolios. This will enable the bank to take better advantage of faster global growth predicted for 2004. Atlantic Security Holding expects to grow its asset management business and as such, obtain higher income from fees. For this purpose, ASHC will continue to promote financial products designed to meet its customers' needs.

Banco Tequendama Colombian economic fundamentals lead us to believe that an increase in exchange rate stability will support Banco Tequendama's efforts to orient the bank towards low risk retail banking. This will in turn allow the bank to

Credicorp continuará aplicando criterios conservadores en la administración de actividades de intermediación

Credicorp will continue applying conservative management principles for intermediation activities

Pacífico Grupo Asegurador Se tiene la confianza de consolidar los resultados de una administración ágil y conservadora en cuanto a la administración de las primas por los riesgos suscritos. Se prevé continuidad en el crecimiento de las ramas de vida asociadas a los cambios en la legislación del sistema de jubilación privada, que se reflejarán en un aumento de la productividad y en rápidos incrementos en la constitución de reservas, asegurando una mayor rentabilidad en el futuro. Por otro lado, se continuará diversificando la red comercial para atender nuevos segmentos de mercado e incrementar el consumo de seguros *per capita* en el país.

Banco de Crédito BCP Se espera incrementar la rentabilidad de las operaciones por medio de menores cargos por concepto de provisiones, incremento en los ingresos por servicios y mejoras en la eficiencia a través del control de los costos operativos y el aprovechamiento de economías de escala asociadas a la fusión con Financiera Solución. Asimismo, se pretende enfrentar la mayor competencia en el interior del sistema bancario peruano y del mercado de capitales, consolidando las relaciones comerciales a través de la excelencia en los servicios que se brindan y aumentando la actividad en aquellos segmentos de banca minorista con un adecuado perfil de riesgo. Del mismo modo, la conservadora postura respecto del riesgo del BCP, su sólido respaldo patrimonial y la seguridad otorgada por su holgada posición de liquidez, se traducirá en un adecuado aprovechamiento de las dinámicas de los mercados en los que opera el BCP.

achieve a business model that is aligned with its operations in the country. Banco Tequendama's provision requirements will decrease, subsequently improving the profitability of its operations.

Pacífico Grupo Asegurador

This entity projects to consolidate the results of an agile and conservative premiums management for underwritten risks.

Pacifico Group expects continued growth in life insurance business following changes in legislation regarding private pension funds. These changes will be reflected in higher productivity and quick increases in reserves, which will allow Pacifico to ensure higher profits in the future. Pacifico will continue to diversify its commercial network in order to penetrate new market segments and increase per capita insurance demand in Peru.

Banco de Credito BCP *This bank plans to obtain higher profits resulting from lower forecast provisions, an increase in non-interest income, greater efficiency gains related to adequate operating cost control, and the optimum use of scale economies associated with the Financiera Solucion merger. Banco de Credito BCP intends to successfully respond to higher competition within the Peruvian banking system and capital markets by consolidating commercial relationships offering excellent overall service and increased activity in those retail banking segments that represent lower risk profiles. Its conservative attitude towards risk, its solid equity backing and the security associated with a comfortable liquidity position will enable BCP to take full advantage of local market dynamics.*

Directorio, Gerencia y Comité de Auditoría

Board of Directors, Management and Audit Committee



	Directorio	Board of Directors
Dionisio Romero	Presidente	Chairman
Luis Nicolini	Vicepresidente	<i>Vice Chairman</i>
Fernando Fort	Director	<i>Director</i>
Reynaldo Llosa	Director	<i>Director</i>
Juan Carlos Verme	Director	<i>Director</i>
Luis Enrique Yarur	Director	<i>Director</i>
	Gerencia	Management
Dionisio Romero	Presidente	Chief Executive Officer
Raimundo Morales	Gerente General	<i>Chief Operating Officer</i>
Carlos Muñoz	Gerente General Adjunto	<i>Executive Vice President</i>
Benedicto Cigüeñas	Gerente de Finanzas y Contabilidad	<i>Chief Financial and Accounting Officer</i>
José Luis Gagliardi	Gerente Central de Administración	<i>Senior Vice President Administration</i>
Arturo Rodrigo	Gerente de Seguros	<i>Senior Vice President Insurance</i>
	Comité de Auditoría	Audit Committee
Luis Enrique Yarur	Presidente	President
Luis Nicolini	Director	<i>Director</i>
Reynaldo Llosa	Director	<i>Director</i>
Juan Carlos Verme	Director	<i>Director</i>