



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 el Banco de Crédito del Perú 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.

Planes de Ahorro

El Banco 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.

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.

BCPseguro Vida Retorno

BCPseguro 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.

Cobra-T

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 Infoxpress, 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.



Credipago

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%.



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.

Interconexión BCP Perú y 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.



Premios en el 2001

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.

