

Credicorp: Economía peruana crecería 2,5% en el 2022

Durante su presentación trimestral ante inversionistas, Credicorp, grupo financiero líder en el Perú con presencia en Bolivia, Chile, Colombia y Panamá, estimó que la economía peruana crecería 2,5% en el 2022, en un contexto de presiones inflacionarias en el mundo. A mayo de este año, la inflación anual peruana fue de 8%.

Credicorp, holding que agrupa a BCP, BCP Bolivia, Credicorp Capital, Grupo Pacífico, Prima AFP, Mibanco, Mibanco Colombia y Krealo, presentó los resultados del primer trimestre del 2022, periodo en el que se registró un ROE de 17%, impulsado por mayores ingresos core y menores provisiones.

Gianfranco Ferrari, CEO de Credicorp, destacó que, pese a la inestabilidad política, los resultados del trimestre subrayan la ejecución exitosa de múltiples iniciativas en las líneas de negocio del Grupo y demuestran la efectividad de su estrategia.

Refirió que la estrategia de Credicorp se centra en tres prioridades: acelerar la transformación digital y la innovación en la corporación, continuar atrayendo y reteniendo al mejor talento e integrar la sostenibilidad en la gestión de negocios de la organización.

“Nos mantenemos enfocados en continuar desbloqueando el potencial disruptivo, escalable y de expansión de mercado de

Credicorp”, anotó el CEO de Credicorp.

Innovación y digitalización

En el periodo en mención, Credicorp siguió acelerando su estrategia de innovación para aprovechar nuevas oportunidades digitales y expandir su mercado potencial. En esa línea, implementó un gobierno de innovación para: 1) fortalecer la cultura disruptiva y de emprendimiento de la compañía, 2) proveer de una capa de gestión adicional para el apoyo de la innovación y 3) optimizar el retorno de las inversiones en innovación. De esa manera, a inicios de año presentó la Gerencia Corporativa de Innovación, a cargo de Francesca Raffo.

En cuanto a innovación y digitalización, las empresas del Grupo han registrado avances muy importantes en el periodo. En **Banca Universal**, el 57% de los clientes del BCP y el 53% de las transacciones monetarias son digitales. Asimismo, el 41% del monto total transado por los usuarios del BCP se dio a través de Banca Móvil BCP, Yape, Banca por Internet o POS.

En el caso de la billetera digital **Yape**, se cerró marzo con 9.1 millones de yaperos y de ese total el 42% se afilió sin tener una cuenta de ahorros.

En **microfinanzas**, el modelo híbrido de Mibanco ha seguido generando un impacto muy positivo, pues permitió que el 45% de los préstamos se desembolsen a través de canales alternativos.

Finalmente, en **Banca de Inversión y Gestión de Patrimonios**, Credicorp Capital prácticamente terminó la implementación de su centro de servicios compartidos en Colombia.

Credicorp Sostenible

La estrategia de sostenibilidad de Credicorp reportó importantes logros en el primer trimestre de 2022, los cuales vienen siendo reconocidos por el mercado, como la mejora del ESG Rating del holding a la categoría Líder por parte de MSCI en diciembre 2021 y en la reducción del ESG Risk Score por parte de Sustainalytics en febrero 2022.

En el frente **ambiental**, se registraron los siguientes hitos: avance del producto piloto de Eco-factoring en el BCP, el cual alcanzó desembolsos por US\$4 millones entre enero y marzo. También se lanzaron productos financieros verdes en BCP Bolivia, con el fin de financiar la importación y adquisición de vehículos eléctricos y se desarrollaron las capacidades en emisiones sostenibles de más de 100 ejecutivos en Credicorp Capital.

Respecto al frente social, se incluyó al sistema financiero a más de 347 mil personas a través de Yape, Soli y Mibanco. También se llevó educación financiera a más de 136 mil personas a través de iniciativas en el BCP, BCP Bolivia, Mibanco, Pacífico y Prima AFP.

Asimismo, se han impulsado productos que promueven la independencia económica de las emprendedoras, como el Crédito Mujer de Mibanco, que atendió a 6 mil empresarias por un total

de casi US\$3 millones.

También se emitió el primer bono social de género por una microfinanciera en Colombia, por un monto de US\$28.5 millones, cuyos fondos promoverán la inclusión financiera de microempresarias a través del programa “Mujeres Pa’lante”.

En el frente de **gobierno**, dos subsidiarias del Grupo fueron reconocidas por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), monitor corporativo de referencia en Iberoamérica, entre las 20 empresas con mejor Reputación Corporativa en Perú (BCP: #2, Pacífico Seguros: #16), en reconocimiento a la diversidad de la estructura organizacional, programas anticorrupción, cumplimiento y ética corporativa.

Estrategia de Talento

Asimismo, la estrategia de talento de Credicorp busca **acompañar la transformación y el crecimiento del Grupo** en un entorno de alta competencia por perfiles **tecnológicos y digitales**. Los nuevos modelos de trabajo híbrido y a distancia generan nuevas oportunidades y formas de contratación, brindando acceso a contrataciones sin fronteras. En este contexto, Credicorp ofrece a sus actuales y potenciales colaboradores una propuesta con foco en desarrollo, flexibilidad y bienestar.

La estrategia de **talento** tiene como prioridad en el 2022 desarrollar y atraer talento con capacidades tecnológicas y digitales, evolucionar el modelo de compensación ejecutiva, y

acelerar las iniciativas de equidad de género.