

**CUMPLIMIENTO  
EN CREDICORP**

UN TEAM QUE SE  
**TRANSFORMA**

# HABLEMOS DE CREDICORP

Holding peruana con la mayor participación financiera en Perú y con una cartera de negocios diversificada:



## Credicorp, en el mundo:



**Activos:** S/ 170 billones  
**Utilidad Neta:** S/ 4,092 millones  
**Colaboradores:** 33,636

# LA GESTIÓN DE CUMPLIMIENTO

## ALCANCE DE LA DIVISIÓN



Gestionamos **10**  
Programas corporativos



En **6** países



Para **21** empresas



## PROGRAMAS

- Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo / Listas Internacionales
- Ética y Conducta
- Cumplimiento Normativo
- Protección al Consumidor
- Prevención del Abuso de Mercado
- Protección de Datos Personales
- Anticorrupción
- Transparencia Fiscal (FATCA & CRS)
- Estabilidad Financiera

## MODELO DE TRABAJO



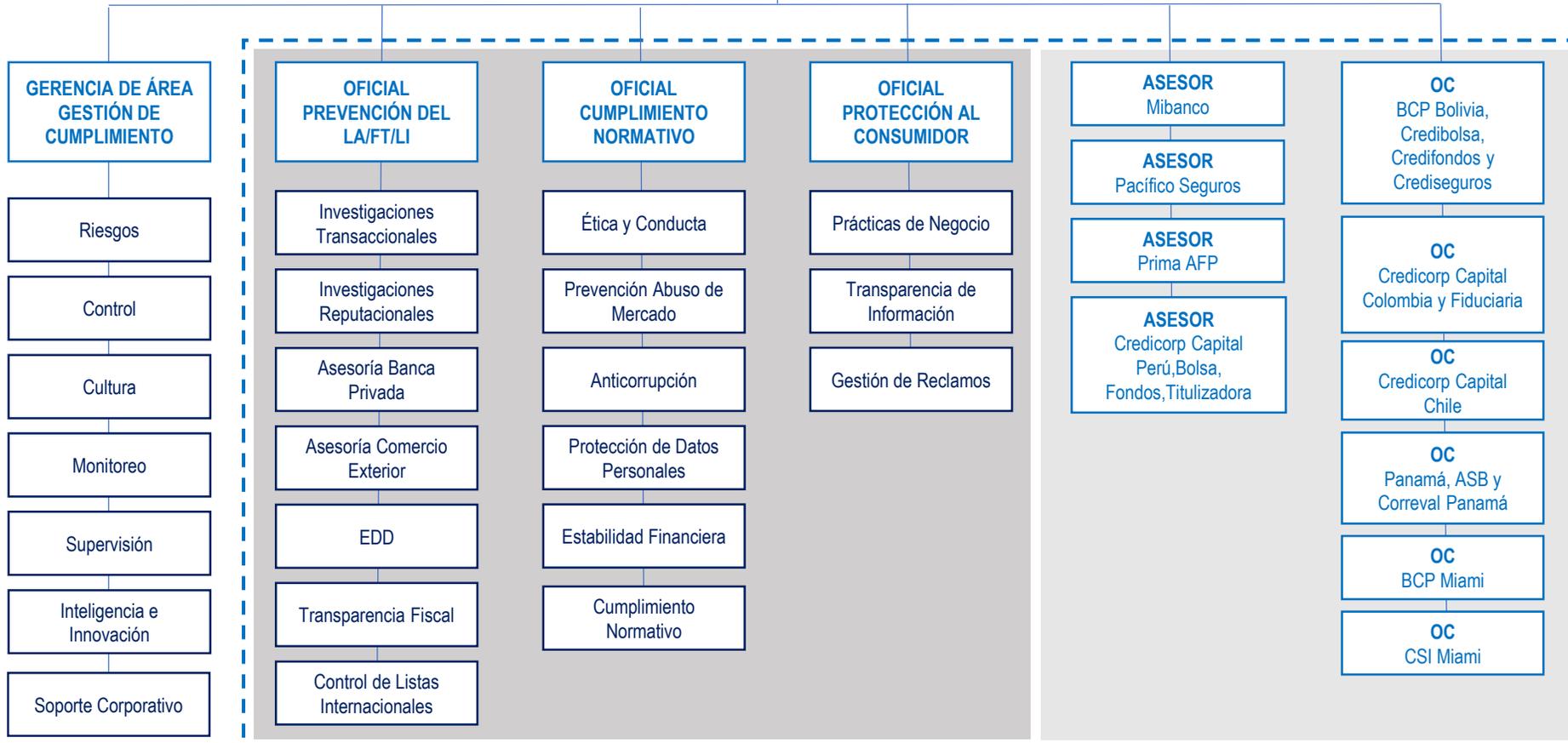
# ORGANIGRAMA

## DIRECTORIO

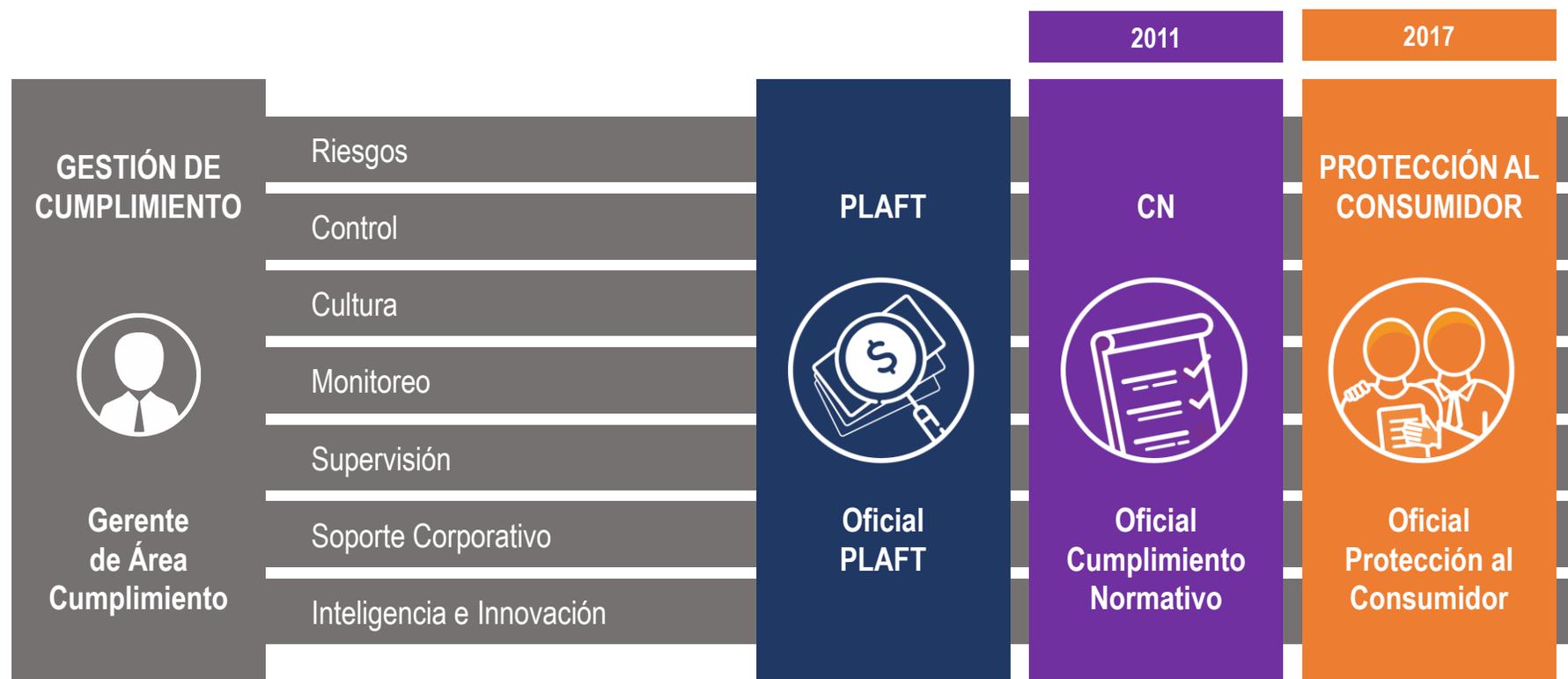
**BARBARA FALERO**  
Gerente de División  
Cumplimiento y Ética  
Corporativo

### LOCALES

### EXTERIOR



# GESTIÓN DE CUMPLIMIENTO



2008

**Locales:** BPC Perú / Prima AFP/ Pacífico Seguros / Mibanco / Credicorp Capital Perú

**Exterior:** BCP Miami / BCP Panamá / ASB / BCP Bolivia / Credicorp Securities INC. / Credicorp Capital Colombia / Credicorp Capital Chile / Correval Panamá / Encumbra.

# CUMPLIMIENTO DEL 2005 AL 2018

## INICIO

La Norma de Lavado de Activos se separa de la gestión de Fraudes.

Se consolida como un equipo independiente, liderado por un Oficial de Cumplimiento con reporte al Directorio.

### Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo/OFAC

2008

Se adopta y prepara los lineamientos, a partir de una consultoría Ernst&Young.

### Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA)

2010

### Estabilidad Financiera

Dodd Frank / EMIR / Volcker Rule  
Surgen a partir de la crisis financiera del 2007.

Se alinean las acciones de Anticorrupción existentes, a lo que exige FCPA.

### Anticorrupción

2011

Se crea la Política y el Código de Ética, se construye la marca GenÉtica.

### Ética y Conducta

2012

### Cumplimiento Normativo

Entra en vigencia la Norma de CN en Perú.

Credicorp adquiere su propia Banca de Inversión Regional (Colombia, Chile y Perú).

Se decide que la gestión de este Programa se traslade de Riesgos a Cumplimiento.

### Prevención del Abuso de Mercado

2014

### Protección de Datos Personales

La norma se promulga en 2013, y permaneció hasta el 2015 bajo gestión del negocio.

2015

Norma de Transparencia gestionada por el negocio hasta el 2017, cuando se decide su pase a Cumplimiento.

### Protección al Consumidor

2017

2005

Se decide centralizar la gestión a nivel corporativo.

Se construye un único lineamiento transversal a las empresas del Grupo Credicorp.

# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN: ÉTICA Y CONDUCTA

2012

Contruimos  
la marca  
Genética  
para hablar  
de Ética y  
Anticorrupción



INTRIGA



VIDEO GERENTES  
CREDICORP



AFICHES



GUÍA GENÉTICA



ACTIVACIÓN  
PULSERAS



# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN: ÉTICA Y CONDUCTA

2014

Empezamos a involucrar a los líderes del negocio



EMAILING



AFICHES



ACTIVACIÓN



# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN: ÉTICA Y CONDUCTA

2016

## Le cambiamos de nombre al Sistema de Denuncias

Reportes recibidos por año:

2011	15
2012	35
2013	91
2014	92
2015	142
2016	218

AÑO DE CAMPAÑA

Los empleados no reportaban por seis razones:



“No sé qué denunciar”

“Dudo del anonimato y confidencialidad”

“Temo a las represalias”

“¿En dónde denunció? Se podía?”

“Cumplimiento igual nunca hace nada”

“Encubro al amigo”

Entonces tomamos acción:

1. Le dimos un nombre más amigable y directo al Sistema de Denuncias, vinculado al concepto creativo “GenÉtica”.

~~Adiós Sistema de Denuncias Credicorp~~

**¡Hola!**

**Alerta**

**GEN  
ÉTICA  
CREDICORP**

2. Nos centramos en estas 4 variables importantes para los colaboradores:

**Anónimamente / Sin represalias / Fácilmente / Con resultados**

# ALIANADOS

Parte de nuestros esfuerzos para incentivar Cultura de Cumplimiento en Credicorp, es contar con el compromiso de **50 colaboradores** de las unidades de mayor riesgo en las empresas del Grupo.

## OBJETIVO:

Lograr que a través de la experiencia y cercanía con el negocio, sean nuestros **contactos directos**, y de manera natural nos indiquen qué temas son los que necesitamos mejorar, qué disposiciones reforzar y a quiénes reconocer por demostrar comportamientos positivos relacionados a los Programas que gestionamos.



## ¿QUÉ ESTAMOS LOGRANDO?

1

### Amplio alcance

Generar Cultura de Cumplimiento

2

### Mitigar riesgos

Señales de alerta efectivas

3

### Efectividad en los controles

Pensados en procesos reales, que generen valor

## Personificación de Cumplimiento basada en el journey

# ¿Cómo es Juan?

Es físicamente descuidado, hipertenso y sufre problemas renales.

*Tradicional conservador*  
**Machista, inflexible**  
*despreocupado por su salud*



**Su motivación:**  
*Ahorrar para Su jubilación*



**Abogado**



**Le gusta:**  
*Estar con su familia*  
*Leer, ver las noticias y fumar*



**Frustración:**  
*Que no le salgan las cosas, el cambio y la modernidad*



Nueva Personificación  
de Cumplimiento basada  
en el cambio

## ¿Cómo es Uico?

Cuida su imagen física, combina su  
ropa, está  
totalmente sano.

**Extrovertido**

**Innovador**

**Flexible,  
se adapta  
al cambio,  
empático**



**Motivación:  
Invertir en su  
Startup  
Crecimiento  
profesional  
Ir a  
Rusia  
2018**



**Ingeniero  
Industrial  
con postgrado  
Tiene una  
startup**



**Le gusta:  
El deporte  
Conciertos  
Teatro**



**Frustración:  
Que se le cierren  
las puertas,  
estancarse  
en un mismo  
puesto.**

# TRANSFORMACIÓN Cumplimiento

## Cambio Cultural

- Estrategia
- Propósito
- Aspiración
- Principios
- Agilidad

## Procesos Simples

Simplificar controles, canales, herramientas y procesos de atención.

## Innovación Digital

Brindar soluciones digitales basadas en Robotics y Analytics.

Alcance: Segmento: Red Agencias BCP  
Programa: PLAET

## Éndomarketing

- Campaña de acompañamiento
- Reuniones estratégicas
- Mantenimiento



**CUMPLIMIENTO  
EN CREDICORP**

UN TEAM QUE SE  
**TRANSFORMA**