



# Reporte de Sostenibilidad 2018

# Reporte de Sostenibilidad 2018

Pacífico Seguros

*Abre el PDF en Acrobat Reader™ a Pantalla completa (Ctrl + L).  
Usa las flechas (← →) para navegar.*



# Responsabilidad Social



## CONTACTO

(GRI 102-3, 102-53)

### **Pacífico Grupo Asegurador**



Avenida Juan de Arona 830  
San Isidro, Lima  
Perú



Invitamos a nuestros grupos de interés a enviarnos sus opiniones, consultas o sugerencias a [responsabilidadsocial@pacifico.com.pe](mailto:responsabilidadsocial@pacifico.com.pe)



Para conocer más sobre Pacífico Grupo Asegurador, visita [www.pacifico.com.pe](http://www.pacifico.com.pe)

Este reporte fue elaborado con la asesoría de Caravedo, Tejada y Cuba Consultores [www.ctc.la](http://www.ctc.la)

## **INTRODUCCIÓN**

---

*(GRI 102-1, 102-50, 102-52, 102-54)*

En Pacífico Grupo Asegurador presentamos con satisfacción nuestro séptimo Reporte de Sostenibilidad. Este documento reúne el desempeño económico, social y ambiental de las empresas que conforman Pacífico Grupo Asegurador: Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. y Pacífico Entidad Prestadora de Salud S.A. Su contenido corresponde al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2018, y fue elaborado de conformidad con los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI): opción Esencial. La GRI es una organización internacional e independiente cuya misión es brindar orientación y soporte a las organizaciones a través de prácticas estandarizadas en la elaboración de memorias de sostenibilidad. Con este reporte, demostramos nuestro compromiso con una gestión transparente y sostenible ante nuestros grupos de interés.

**Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.**

## **CONTENIDOS**

<b>1. ENTREVISTA A NUESTRO GERENTE GENERAL</b>	<b>7</b>	<b>4. NUESTRO MODELO DE NEGOCIO</b>	<b>33</b>	<b>6. NUESTRO ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD</b>	<b>80</b>
<b>2. SOBRE ESTE REPORTE</b>	<b>11</b>	Gobierno corporativo	35	Nuestra estrategia de responsabilidad social	81
Nuestros grupos de interés	13	Gestión del desempeño económico	41	Eje de salud	85
Materialidad	15	Gestión de riesgos	45	Eje de medio ambiente	87
<b>3. SOBRE PACÍFICO SEGUROS</b>	<b>18</b>	Gestión ética y cumplimiento	51	Eje de riesgos	95
Perfil de la empresa	19	Gestión de la cadena de suministro	62	<b>7. NUESTRO ENFOQUE EN EL TALENTO</b>	<b>97</b>
Nuestros productos	22	<b>5. NUESTRO ENFOQUE EN EL CLIENTE</b>	<b>65</b>	Demografía laboral	98
Nuestra presencia	23	Satisfacción de nuestros clientes	66	Clima laboral	101
Nuestros canales de venta	24	Información clara y transparente desde el inicio	68	Línea de carrera	106
Nuestra estrategia	25	Gestión de consultas y reclamos	70	Capacitación y entrenamiento	108
Membresías y asociaciones	26	Transformándonos para el cliente	73	<b>8. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI</b>	<b>114</b>
Lo más destacado del 2018	27	Los corredores de seguros: nuestros principales aliados	77		
Premios y distinciones	31				



# Entrevista a nuestro gerente general, Álvaro Correa

(GRI 102-14)

## ¿Cómo resumirías el 2018?

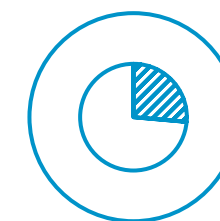
Como un año en el que tomamos la decisión de transformarnos, y empezamos a trazar el camino por el que avanzaremos en los años que vienen. Esta transformación tiene que ver con aspectos digitales y de innovación, pero también con el cambio de mindset hacia una cultura más ágil y totalmente centrada en el cliente. Esto nos tiene a todos muy emocionados.

## ¿Cómo fue el desempeño de Pacífico en el 2018?

En el 2018 mantuvimos un crecimiento rentable y sostenible. Nuestras utilidades superaron en 8.8% a las de 2017, y nuestra participación en el mercado cerró en 26.5%. De igual manera destacamos nuestro liderazgo en el mercado de EPS, con un 44.9% de participación. Esto responde a nuestros continuos esfuerzos por lograr productos y servicios que aseguren una gran experiencia a nuestros clientes, pero sin dejar de lado la búsqueda de eficiencia en todas nuestras líneas.

## ¿Cuáles son los logros más destacables en el 2018?

Podemos destacar algunos desde diferentes frentes, todos importantes para la empresa. Como mencionaba en la pregunta anterior, mantener y potenciar nuestra solidez en el mercado es clave para seguir avanzando. Esto lo relacionamos directamente al 81% de satisfacción de nuestros clientes, cifra que lleva creciendo sostenidamente en los últimos tres años. Y al 78% de satisfacción de nuestros colaboradores, resultado que se mantiene en altos niveles y que es esencial para nuestro desarrollo.



**26.5%**

fue el porcentaje de participación de mercado de Pacífico al cierre del 2018.



**81%**

**de satisfacción de clientes** alcanzamos en el 2018. Así, crecimos en los últimos tres años.

En línea con el proceso de transformación que atravesamos, me parece importante destacar los resultados de nuestro laboratorio de innovación La Chakra, como el e-commerce para la venta digital de productos como seguros de viaje, de autos o incluso de vida; o la plataforma de Reembolsos Online, para mejorar el servicio de reembolsos en atenciones de salud.

De cara nuestros clientes y stakeholders externos, reafirmamos nuestro compromiso de transparencia y sostenibilidad. Por un lado, con el relanzamiento del ABC del Seguro, plataforma que busca sensibilizar y educar acerca de este mundo –que puede llegar a ser complejo–, y a través de la que llegamos a más de un millón de visitas durante el 2018. Y por otro, con nuestro trabajo en Responsabilidad Social, dentro del que destacan programas



**4.9%**

**fue la reducción de nuestra** huella de carbono que logramos entre el 2017 y el 2018.

como Pacífico Te Cuida, que brindó más de 7,800 atenciones de salud preventiva durante el año pasado. O Pacífico Verde, con el que gestionamos, medimos y compensamos nuestra huella de carbono, y nos permitió reducirla en 4.9% entre 2017 y 2018.

### **¿Cuáles han sido los retos principales del año?**

El sector asegurador está directamente relacionado con la economía del país, y está sujeto a los vaivenes políticos y de mercado que puedan presentarse. En tal sentido, nuestra estrategia, solidez y respaldo nos permitieron enfrentar un año complejo de manera satisfactoria. Por otro lado, el proceso de transformación que atravesamos es y seguirá siendo un reto que enfrentamos con entusiasmo y mucha responsabilidad.







«NUESTRA GRAN FORTALEZA ES EL COLABORADOR QUE DESARROLLA SU LABOR EN SINTONÍA CON NUESTROS VALORES Y PRINCIPIOS»

---

### **¿Cómo enfrentan el desafío de ser una empresa sostenible y responsable?**

Una empresa que se preocupa por sus clientes, empleados, accionistas, proveedores, comunidad, medio ambiente; y que actúa en base a los más altos estándares de conducta, es una empresa que busca ser sostenible en el tiempo y generar valor. Credicorp se gestiona de esta manera desde su creación. Y lo hacemos así por convicción, porque somos conscientes de que esto no solo nos hace atractivos en los mercados internacionales, sino que nos convierte en un buen lugar para trabajar, generando al mismo tiempo la admiración de nuestros clientes y la sociedad.

No se trata ya de algo opcional o accesorio. Hoy nos gestionamos bajo un marco de Sostenibilidad que gobierna todos estos aspectos con lineamientos que parten desde el Directorio, a través de su Comité de Buen Gobierno Corporativo.

Además en Pacífico, específicamente, complementamos este trabajo con la estrategia de sostenibilidad que enfrenta el reto desde tres pilares alineados a nuestro core de negocio: Salud, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos. Cada uno presenta programas estratégicos y de impacto, los cuales desarrollamos amparados en uno de nuestros activos más valiosos: los voluntarios.

**¿Cuáles son los grandes objetivos para los siguientes años y cuál será el camino para llegar a ellos?**

Esperamos seguir consolidando nuestro negocio, creciendo de manera sostenible, y reafirmando la decisión de transformarnos que tomamos hace ya un tiempo. Así, a la par de la instauración en la compañía de metodologías ágiles que nos permitan trabajar transversalmente de esta manera, uno de nuestros mayores objetivos es lograr una transformación cultural que responda al propósito de Pacífico. Ya dimos los primeros pasos a través de los cambios que la transformación digital nos permitió dar, ahora nos toca continuar con este impulso para llevar a Pacífico a un nuevo nivel, siempre con el cliente como centro de todo.



**7,885**

**atenciones médicas** brindó nuestro programa Pacífico te Cuida en el 2018.



## Sobre este reporte

*Nos esforzamos cada día por  
mejorar nuestro impacto  
en todos nuestros  
públicos relacionados.*





## Potenciamos nuestra gestión responsable

El presente documento comunica los impactos económicos, sociales y ambientales que generamos como compañía en nuestro entorno. Estamos convencidos de que esta práctica nos ayuda a potenciar nuestra gestión como empresa socialmente responsable y a construir una relación transparente, basada en la confianza con nuestros grupos de interés.





## Nuestros grupos de interés

*(GRI 102-40, 102-42, 102-43, Pacífico-4)*

Por grupos de interés nos referimos a aquellas personas, grupos, organizaciones e instituciones que son impactados por nuestras operaciones, ya sea de manera positiva o negativa; mantienen algún tipo de relación legal, comercial, contractual, social o coyuntural con Pacífico, y/o tienen la capacidad de influir en la continuidad de nuestro negocio.

Tomando en cuenta lo anterior y basándonos en la naturaleza de los negocios de Pacífico Grupo Asegurador, reconocemos como grupos de interés a accionistas, colaboradores, clientes, corredores de seguros, proveedores, alianzas comerciales, así como a la comunidad, medios de comunicación y autoridades nacionales e internacionales. Para el relacionamiento con ellos y el fomento de su bienestar, nos guiamos por la Política Corporativa de Relaciones con los Grupos de Interés.

Y contamos con diversos canales de interacción para mantener un contacto permanente y una comunicación fluida (ver siguiente página).

## CANALES DE COMUNICACIÓN Y CONSULTA CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-40, 102-42, 102-43)

### ACCIONISTAS

- Juntas de Accionistas
- Coordinador de relaciones con accionistas e inversionistas
- Páginas web de Pacífico y las entidades reguladoras
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### ALIANZAS COMERCIALES

- Contacto directo
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### CLIENTES

- Plataformas de atención
- Central telefónica de información y consultas
- Central de Emergencias
- Canales de quejas y reclamos
- Boletines electrónicos
- Página web y redes sociales
- Plataforma del ABC del Seguro
- Cartas
- Chat en la web corporativa
- Encuestas de satisfacción
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### COLABORADORES

- Intranet
- Reuniones semestrales de desempeño
- Boletines y otros comunicados semanales
- Encuesta anual de clima laboral
- DILO – Buzón de sugerencias
- Buzón de cumplimiento
- Pacífico Al Día TV (PAD TV)
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### COMUNIDAD

- Reuniones de coordinación
- Iniciativas de prevención
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### CORREDORES

- Contacto directo
- Plataforma digital Somos Corredores
- Buzón Somos Corredores
- Charlas y capacitaciones
- Encuestas

### PROVEEDORES

- Contacto directo
- Reuniones de coordinación y retroalimentación
- Redes sociales
- Auditorías
- Encuestas
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### REGULADORES Y GOBIERNO

- Reportes regulatorios
- Participación en auditorías
- Participación en mesas de trabajo a través de gremios
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Notas de prensa
- Participación de voceros
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

## Materialidad

(GRI 102-43, 102-44, 102-46, 102-47)

El proceso de definición del contenido de este reporte se ha basado en un estudio de materialidad, desarrollado durante la segunda mitad del 2018 por un proveedor externo y bajo la supervisión del área de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social. El estudio se desarrolló conforme con los principios de la GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad. Su principal objetivo consistió en identificar las expectativas de nuestros grupos de interés y contrastarlas con las materias de gestión más relevantes para nuestra compañía, de modo que se definieran los temas materiales a ser comunicados.

Como primer paso, se revisaron los principales documentos de gestión internos y se evaluaron las tendencias de sostenibilidad en el sector de seguros en el Perú y el mundo. Esta revisión permitió seleccionar temas relevantes para nuestra compañía en el contexto de la gestión sostenible. En ese ejercicio también se tomaron en cuenta los resultados de los estudios de materialidad realizados en años anteriores.



Para validar los temas y determinar su grado de importancia, los presentamos a los líderes de nuestra compañía. Además, enviamos una encuesta a nuestros principales proveedores, de la que obtuvimos treinta respuestas.

El resultado de este proceso se observa en la siguiente página, que representa la matriz de materialidad. En los tres bloques resaltados en color se encuentran los temas materiales, es decir, aquellos priorizados por nuestra compañía y por los grupos de interés, y sobre los que se presenta información en el resto de este documento, de acuerdo con los estándares GRI.

«EL PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE ESTE REPORTE SE HA BASADO EN UN ESTUDIO DE MATERIALIDAD»

# MATRIZ DE MATERIALIDAD

(GRI 102-47)

Importancia de temas para Pacífico	Muy alta		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformación digital</li> <li>• Gestión ética</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción del cliente</li> <li>• Acompañar al cliente durante su viaje por Pacífico</li> <li>• Crecimiento económico</li> <li>• Gestión de riesgos</li> <li>• Buen gobierno corporativo</li> <li>• Atracción y retención del talento</li> <li>• Atención oportuna y procesos claros para corredores</li> </ul>
	Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión sostenible</li> <li>• Duración y cumplimiento de plazos de pagos a proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portafolio y calidad de productos</li> <li>• Nivel de comisiones de corredores</li> <li>• Cumplimiento legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privacidad del cliente</li> <li>• Gestión y desarrollo humano</li> <li>• Comunicación transparente y clara con los grupos de interés</li> <li>• Atención oportuna y procesos claros para proveedores</li> </ul>
	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a la comunidad</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retroalimentación a proveedores</li> </ul>
		Media	Alta	Muy alta
Importancia de temas para los grupos de interés				



## LISTA DE LOS TEMAS MATERIALES (Tema / descripción)

(GRI 102-47)

### COMUNICACIÓN TRANSPARENTE Y CLARA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

La existencia de canales de comunicación con los grupos de interés para la consideración y evaluación de consultas, sugerencias y expectativas.

### ACOMPañAR AL CLIENTE DURANTE SU “VIAJE” EN PACÍFICO

Ofrecerle al cliente una atención cercana y transparente en todos los puntos de interacción con la empresa, especialmente en los momentos clave, como cuando necesita activar y hacer uso de su seguro.

### SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Las acciones orientadas a maximizar el nivel de satisfacción del cliente y brindar una experiencia extraordinaria en todo momento.

### PRIVACIDAD DEL CLIENTE

Las políticas y los mecanismos de control para proteger los datos personales de nuestros clientes y salvaguardar su privacidad.

### TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El uso de tecnología digital e innovadora para optimizar los procesos internos de la compañía y la creación de nuevas propuestas de valor centradas en el cliente.

### GESTIÓN ÉTICA

El fomento de una conducta ética entre los miembros de la compañía y la implementación de controles para prevenir e identificar actos deshonestos e ilícitos.

### GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión enfocada en identificar, medir, tratar, monitorear y comunicar los riesgos y las oportunidades derivadas de las operaciones de la compañía.

### CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento sostenible del valor económico que la compañía genera a través de sus operaciones comerciales y sus inversiones.

### BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

El conjunto de principios y políticas que regulan el diseño y el correcto funcionamiento de los órganos de la compañía y las relaciones con los accionistas.

### ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

La gestión para atraer y retener el talento humano de la compañía por medio de una propuesta de valor diferenciada y programas que tienen como foco la realización del colaborador.

### GESTIÓN Y DESARROLLO HUMANO

La gestión centrada en el desarrollo profesional del colaborador mediante programas de capacitación, línea de carrera y gestión del desempeño.

### ATENCIÓN OPORTUNA Y PROCESOS CLAROS PARA CORREDORES Y PROVEEDORES

La atención de calidad a corredores y proveedores, así como la búsqueda de procesos simples y ágiles que faciliten su gestión eficiente.

# Sobre Pacífico Seguros

*Cada uno de nosotros es capaz de grandes cambios sociales. Pero juntos, hacemos la diferencia.*



## Perfil de la empresa

(GRI 102-2, 102-5, 102-16)

Pacífico Seguros es una empresa líder en el mercado asegurador peruano, con más de setenta años de trayectoria. Por medio de nuestros productos, ayudamos a las personas y a las empresas a gestionar sus riesgos, brindándoles tranquilidad ante situaciones inesperadas, de modo que puedan alcanzar sus objetivos. Nuestra misión, visión y principios definen el foco de la empresa, lo que se traduce en acompañar al cliente en cada momento de su vida para ofrecerle el respaldo que merece. Para nosotros, su tranquilidad es todo.



**70 años**  
**de experiencia** hacen de Pacífico Seguros una empresa líder en el mercado asegurador peruano.

### Nuestra misión

Ayudar a nuestros clientes a proteger su estabilidad económica, ofreciéndoles soluciones que protejan aquello que valoran y aseguren el cumplimiento de sus objetivos.

### Nuestra visión

Queremos ser la mejor aseguradora de Latinoamérica: simple, transparente, accesible, rentable y con colaboradores altamente competentes y motivados.

## Nuestros principios



**Construimos relaciones de largo plazo.** Creemos en las relaciones de largo plazo y nos enfocamos en desarrollarlas con nuestros asegurados, corredores y canales de distribución.



**Somos especialistas en la gestión de riesgos.** Trabajamos junto a nuestros clientes para entender sus necesidades y les ofrecemos soluciones que les permitan manejar sus riesgos en forma eficiente.



**Cumplimos con nuestras obligaciones de forma justa y oportuna.** Resolvemos los siniestros de nuestros clientes con un alto criterio de justicia y los pagamos de forma oportuna.



**Buscamos la excelencia en el servicio al cliente.** Asesoramos a nuestros clientes en la gestión de sus riesgos y nos esforzamos día a día para darles la calidad de servicio que merecen.



**Somos una compañía confiable y con amplia solidez financiera.** Nuestra fortaleza financiera, así como una gestión profesional y prudente del negocio de seguros, garantizan la más alta capacidad de pago de nuestras obligaciones ahora y en el futuro.



### Nuestra estructura corporativa

Pacífico Grupo Asegurador está conformado por nuestras empresas Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. (Pacífico Seguros) y Pacífico S.A. Entidad Prestadora de Salud (Pacífico Salud). Contamos con tres líneas principales de negocio: salud, vida y riesgos generales. En los negocios de seguros de riesgos generales y seguros de vida, formamos parte del grupo Credicorp, el holding financiero más grande del Perú. Por su parte, Pacífico Salud tiene como accionistas a Pacífico Seguros (50%) y a Empresas Banmédica (50%), que fue recientemente adquirida por UnitedHealth Group.



### 130 países

cuentan con la presencia de **UnitedHealth Group**, una de las compañías de salud más grandes del mundo, y socia de Pacífico Salud.

UnitedHealth Group es una de las compañías de servicios de salud y bienestar más grandes del mundo. Con una presencia en más de 130 países, su propósito es ayudar a las personas a llevar vidas más saludables y colaborar para que el sistema de salud funcione mejor para todos. Con la compra del 96.8% de acciones de Banmédica a inicios del 2018, se convirtió en el nuevo socio de Pacífico Salud. Sus elevados estándares de calidad fortalecen nuestros servicios y nos colocan como referentes de atención médica a nivel regional.

# Nuestros productos

(GRI 102-2, 102-6)

En Pacífico subdividimos nuestra oferta de seguros en cuatro categorías básicas para brindar una protección a la medida de cada segmento de clientes:



## Seguros para familias

- Seguros de salud
- Seguros oncológicos
- Seguros de vida y ahorro
- Seguros contra accidentes personales
- Seguros de viaje
- Seguros de jubilación



## Seguros para bienes

- Seguros para autos
- SOAT
- Seguros para el hogar y bienes



## Seguros para empresas

- Seguros contra accidentes colectivos
- Seguros SCTR para trabajo de riesgo
- Seguros contra accidentes de estudiantes
- Seguros de vida ley y vida empleados
- Seguros patrimoniales
- Seguros para pymes



## Seguros para trabajadores

- Seguros de salud EPS y complementarios
- Seguros de salud EPS individuales

Para más información sobre nuestros productos, visita nuestra página web:  
[www.pacificoseguros.com.pe](http://www.pacificoseguros.com.pe).

## Nuestra presencia

(GRI 102-4, 102-6)

Estamos presentes en dieciséis departamentos del Perú. Contamos con una amplia red de salud compuesta por más de 350 clínicas y centros médicos a nivel nacional, y más de 5,000 clínicas y hospitales en el mundo que cuentan con diversas especialidades y exigentes estándares de calidad.



**350 clínicas**

**y centros médicos a nivel nacional** integran nuestra red de salud.



## Nuestros canales de venta

Trabajamos continuamente para mejorar nuestros procesos, esforzándonos por brindar al cliente una atención rápida, cómoda y satisfactoria en cualquiera de nuestros puntos de contacto.

Para la distribución de nuestros productos, contamos con el respaldo de nuestra fuerza de ventas. Además, trabajamos con corredores de seguros e innovamos nuestros canales con las diferentes opciones de e-commerce.

También mantenemos alianzas comerciales con entidades como el BCP y Mibanco, y empresas como prestadoras de servicios de energía eléctrica y telefonía, clínicas y concesionarios automovilísticos.

Sin importar el canal, todos los profesionales que venden nuestros seguros cuentan con conocimientos especializados y están capacitados para acompañar y asesorar al

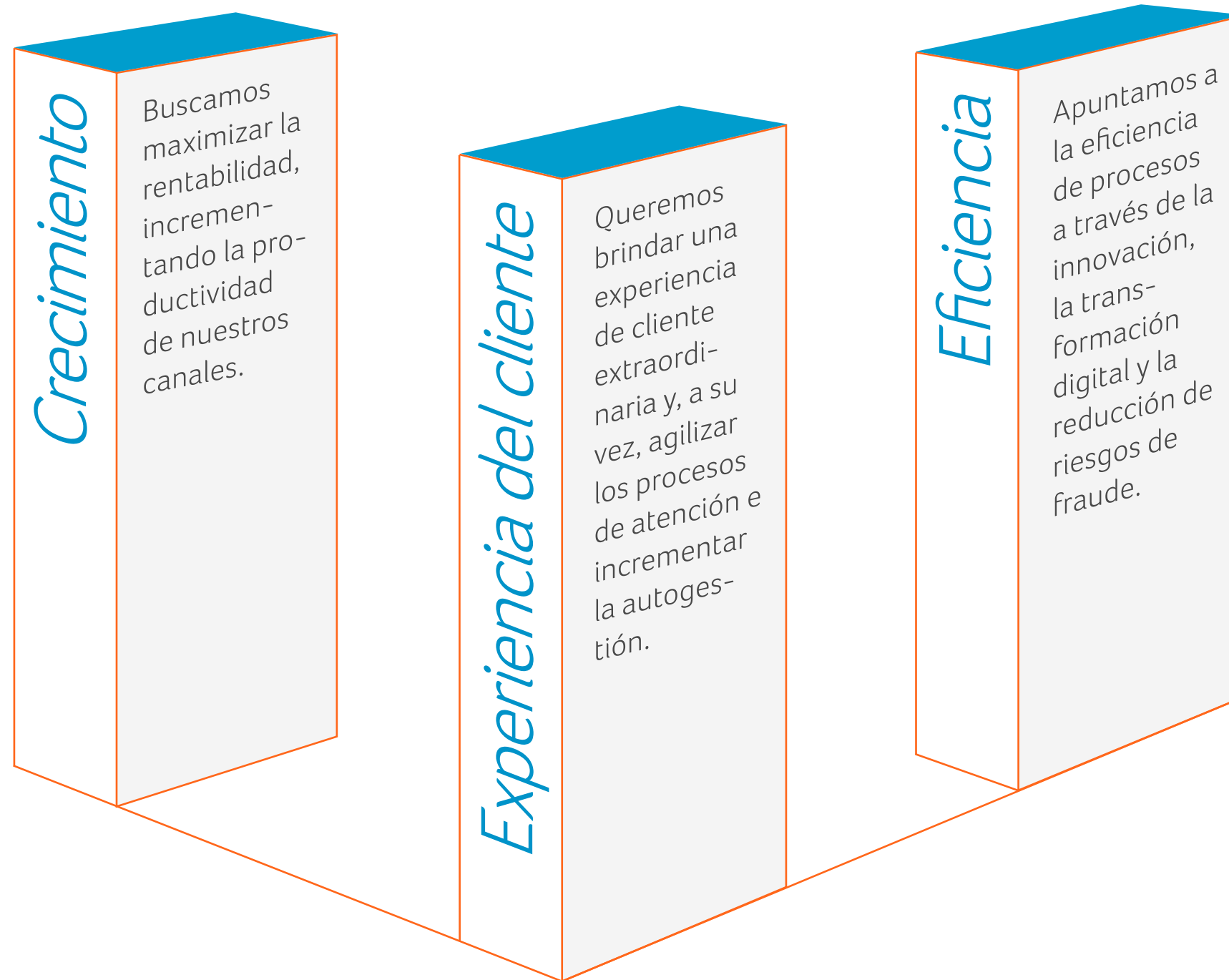
cliente antes, durante y después del proceso de contratación. Para asegurar una armonía entre los canales de venta propios y los canales externos, nos guiamos por nuestra Política de Canales. Tenemos un reglamento comercial que establece un marco de trabajo para prevenir los conflictos de intereses; por ejemplo, todo asegurado de Pacífico que desea renovar su póliza o adquirir nuevos productos debe ser atendido por el canal de intermediación inicial, gracias a cuyo trabajo se convirtió en nuestro cliente.



## Nuestra estrategia

En el 2018 continuamos con una estrategia empresarial para consolidar los avances y logros alcanzados en los anteriores años y redefinir el negocio de seguros en el país. Esta estrategia se basa en sólidos pilares que guían nuestros esfuerzos y representan los compromisos que asumimos para estar más cerca a nuestros clientes (ver gráfica). Así, buscamos operar con un enfoque en el crecimiento rentable, la excelencia en la atención del cliente y la mejora permanente de procesos. A su vez, cada pilar comprende una serie de aspiraciones que buscamos alcanzar en el 2021 y que se vinculan con el fomento de procesos de innovación y digitalización en nuestra empresa.

### PILARES DE LA ESTRATEGIA 2018-2021



## Membresías y asociaciones

(GRI 102-12, 102-13)

En Pacífico nos aliamos con diversas organizaciones privadas, públicas y gremiales. Al cierre del 2018 contamos con las siguientes membresías y asociaciones:



Cámara de Comercio de Lima



Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque



Cámara de Comercio e Industria de Arequipa



Cámara de Comercio y Producción de Piura



Asociación Peruana de Finanzas



Club Empresarial



Club de la Banca y Comercio



Asociación Peruana de Empresas de Seguros



Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud



Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA)



Patronato de Perú 2021



Sociedad Nacional de Industrias



Pacto Mundial



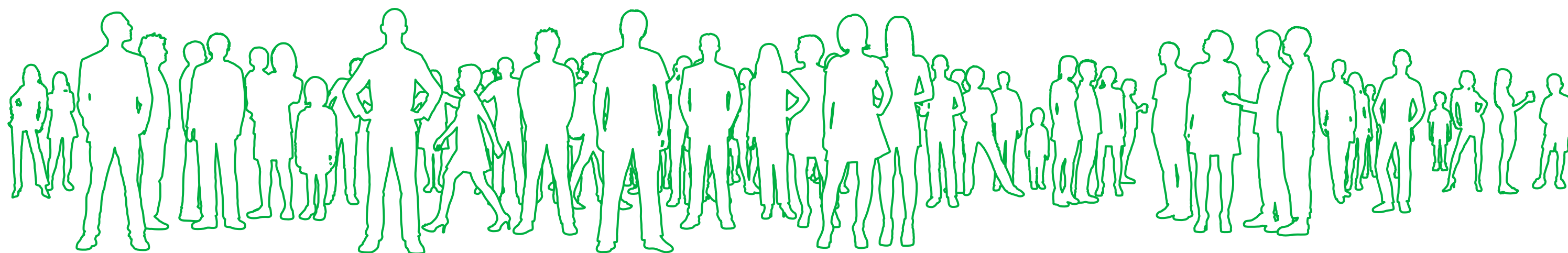
Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE)

## Lo más destacado del 2018

(GRI 102-7)

# 2'496,988

*clientes*



## 81%

*satisfacción de clientes*

## 7,885

*atenciones médicas de  
Pacífico te Cuida*

## 105,000

*pólizas electrónicas emitidas*

## Lo más destacado del 2018

(GRI 102-7)

# 3,493

*colaboradores de Pacífico en el 2018*



---

## 78%

*de satisfacción de nuestros  
colaboradores*

## 21.3 horas

*en promedio de capacitación  
por colaborador*

## 94%

*de participación en los cursos de  
cumplimiento normativo*

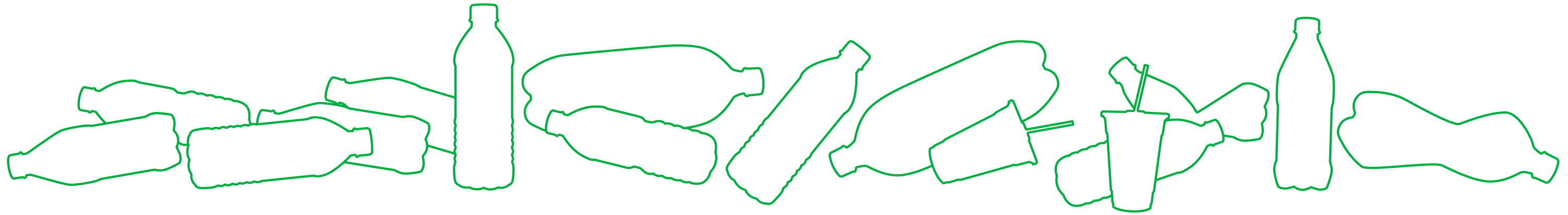
---

## Lo más destacado del 2018

(GRI 102-7)

# 1'040,000

*botellas plásticas recicladas por el programa La Ponchila\**



## 7,000

*escolares beneficiados por el programa La Ponchila*

## 2,789.09 t CO2 eq

*fue la reducción de nuestra huella de carbono*

## 4'200,000

*hojas bond ahorradas*

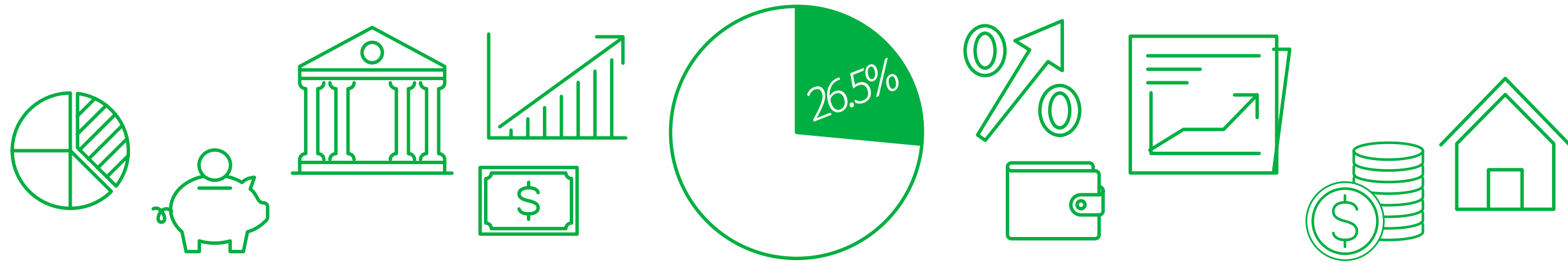
\*Resultado del periodo 2017-2018.

## Lo más destacado del 2018

(GRI 102-7)

# 26.5%

de participación del mercado



---

**105,000**

*pólizas electrónicas emitidas*

**S/349'100,000**

*de utilidad neta*

**100%**

*proveedores nacionales*

---

## Premios y distinciones



### Global Banking and Finance Review

Reconocimiento a las instituciones más destacadas de la industria financiera.

MEJOR EMPRESA ASEGURADORA DEL PERÚ

GANADOR



### MERCO Reputación Corporativa

Ranking de las empresas con mejor reputación en el país.

100 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN

PUESTO 14



### MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo

Ranking de las empresas más comprometidas con la responsabilidad social en el país.

100 EMPRESAS MÁS RESPONSABLES

PUESTO 16



### Empresa Socialmente Responsable (ESR)

Perú 2021 reconoce a aquellas empresas que demuestran un compromiso con la responsabilidad social.

DISTINTIVO OBTENIDO



### Effie

Reconocidos por los anunciantes y agencias como los premios de mayor relevancia en la industria publicitaria.

REPUTACIÓN CORPORATIVA

EFFIE DE PLATA

MARKETING SOCIAL

EFFIE DE PLATA

## Premios y distinciones



### XVI Encuesta Anual de Ejecutivos

La encuesta de la Cámara de Comercio de Lima revela las preferencias de los líderes empresariales en productos, marcas y servicios.

**MEJOR ENTIDAD PRESTADORA DE SALUD**

**PRIMER LUGAR**

(once veces reconocidos en esa posición)



### Premios Anda

Los premios Anda distinguen las mejores prácticas del marketing, la publicidad y la comunicación comercial del país.

**VIDEO PARA WEB**

**GANADOR**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL**

**GANADOR**

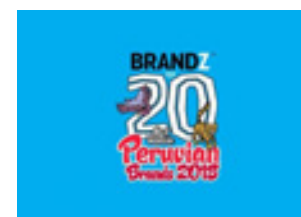


### IDEAS

Premio de la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad a lo mejor de la creatividad peruana.

**INNOVACIÓN**

**GANADOR**



### BrandZ Top 20 Perú

Ranking de las marcas más valoradas del país.

**MARCAS MÁS VALORADAS**

**PUESTO 7**



# Nuestro modelo de negocio

*La ética es clave para alcanzar un desempeño positivo y brindar un gran servicio al cliente.*



# Contribuyendo al desarrollo sustentable

Somos una organización en constante evolución. Sin importar el rumbo que tomemos, desarrollamos nuestras actividades respetando nuestros grupos de interés y el entorno donde operamos. Lo hacemos poniendo en práctica principios de ética, buen gobierno corporativo, transparencia y responsabilidad social, que reflejan nuestro compromiso con la creación de valor agregado a lo largo de nuestra cadena de valor. Así, nos esforzamos por ser reconocidos como un buen ciudadano corporativo que contribuye al desarrollo sustentable del país.

“SIN IMPORTAR EL RUMBO QUE TOMEMOS, DESARROLLAMOS NUESTRAS ACTIVIDADES RESPETANDO NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS Y EL ENTORNO DONDE OPERAMOS”.





## Gobierno corporativo

*(GRI 102-5, 102-18, 102-19, Pacífico-3)*

Un buen gobierno corporativo (BGC) afianza los vínculos con nuestros asegurados, accionistas, inversionistas, colaboradores y otros grupos de interés. Por ello, nos guiamos por nuestra Política de Gobierno Corporativo, que establece los lineamientos para el adecuado gobierno y control interno de la organización, así como para cumplir las normas legales vigentes. Este documento está alineado a las políticas de Gobierno Corporativo de Credicorp y su correcta implementación y cumplimiento es responsabilidad de la División Legal y Prevención de Fraudes.

Promovemos las prácticas del BGC no solo en nuestra organización, sino también a nivel de la industria. Por ejemplo, en el 2018, gracias

a la invitación de la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV), participamos en una mesa de trabajo con el objetivo de simplificar el reporte de información de gobierno corporativo por parte de las empresas que cotizan en la bolsa. La primera sesión consistió en la revisión de los estándares actuales de gobierno corporativo en el mercado, incluyendo el índice de BGC de la Bolsa de Valores de Lima y el formulario de la SMV.

En el 2019 continuaremos colaborando en la mesa de trabajo para revisar los avances a nivel de la industria sobre el tema. De ese modo, esperamos incentivar que más empresas reporten información de BGC.

## Órganos de gobierno

Contamos con una estructura de gobernanza compuesta por tres órganos. Cada uno asume roles y responsabilidades claramente definidos.

### Directorio

El Directorio de Pacífico Seguros está conformado por ocho directores y cuatro comités, incluyendo el Comité Ejecutivo, el Comité Corporativo de Auditoría, el Comité Corporativo de Compensaciones y el Comité de Gestión Integral de Riesgos. Todos nuestros directores son personas de reconocida trayectoria que tienen conocimiento y experiencia en los diversos sectores de la actividad económica en el Perú y en otros países. Tres de ellos son independientes, lo

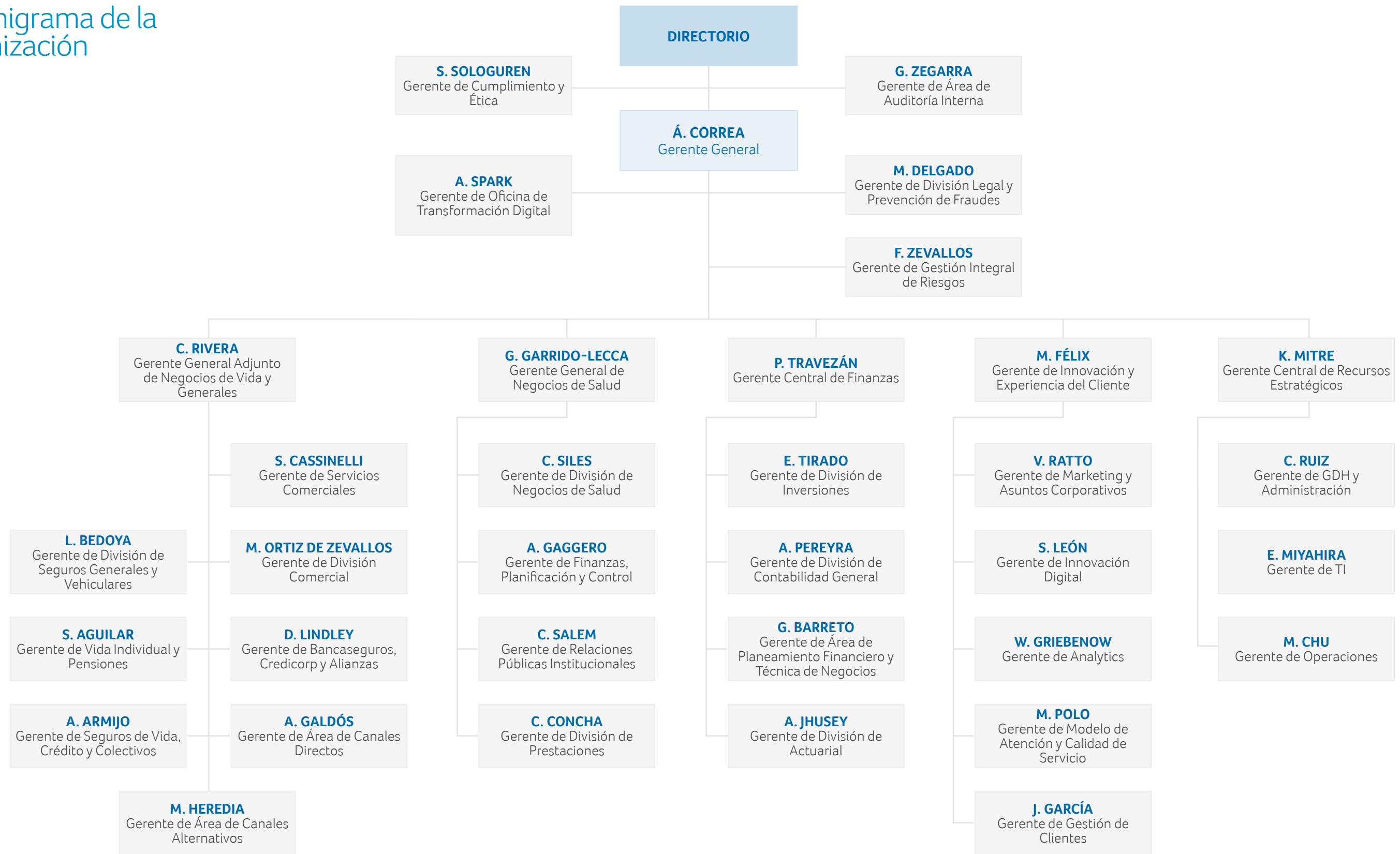


que significa que no han tenido vinculación con la empresa ni con su administración, grupo económico o accionistas principales en los últimos tres años consecutivos anteriores a su designación, y han sido elegidos por su prestigio profesional.

En el Reglamento del Directorio se describen las funciones de los directores durante sus tres años de administración. Las principales consisten en la definición de los objetivos

estratégicos de la organización; la aprobación de la estrategia empresarial y las políticas, los manuales y los procesos que guían las actividades de la compañía; y velar por un sólido sistema de gestión de riesgos. El Directorio de Pacífico Salud también está integrado por ocho directores, que asumen funciones y obligaciones similares a las del Directorio de Pacífico Seguros.

# Organigrama de la organización





LA GERENCIA DEBE INFORMAR AL DIRECTORIO, AL MENOS DE MODO TRIMESTRAL, SOBRE LA MARCHA ECONÓMICA DE LA EMPRESA.

---

### Gerencia

La Gerencia incluye al gerente general, al gerente general adjunto de Negocios de Vida y Generales y al gerente general de Negocios de Salud. Además, también forman parte el gerente central de Finanzas, el gerente central de Recursos Estratégicos y los gerentes de Seguros Generales y Vehiculares, Legal y Prevención de Fraudes, Bancaseguros y Alianzas, Experiencia del Cliente y Transformación Digital, Comercial Corredores, Negocios de Salud, Inversiones, Contabilidad General, Actuarial, Recursos

Humanos y Administración, Gestión Integral de Riesgos, Cumplimiento y Ética y Auditoría Interna (ver página anterior). En conjunto, la Gerencia es responsable de la definición y la implementación de la estrategia de las líneas de negocios y de las políticas, procedimientos y objetivos de las diferentes áreas de la empresa. Asimismo, al menos de modo trimestral, debe informar al Directorio sobre la marcha económica de la empresa, nuevos productos y, en general, iniciativas gerenciales relevantes que puedan conllevar un impacto material en el perfil de riesgo de la organización.



### Junta de Accionistas

Todos los accionistas de Pacífico Seguros y Pacífico Salud tienen a su disposición la Guía del Accionista, que establece sus derechos y compromisos. Entre otros derechos, tienen participación y voto en las Juntas de Accionistas. En Pacífico Seguros se realizan Juntas Ordinarias dentro del primer trimestre de cada año cuyas convocatorias se publican con un mínimo de diez días antes de la junta en el diario El Peruano. En estas reuniones los accionistas reciben el informe anual de los auditores y los estados financieros del ejercicio terminado, eligen a los miembros del Directorio cuando corresponda, fijan la retribución de los directores, designan a los auditores

externos para el año fiscal siguiente y resuelven cualquier otro asunto sometido a la Junta. Además, en cualquier momento del año se puede convocar Juntas Generales Extraordinarias para tratar asuntos no contemplados en la Junta General Ordinaria pero que requieren aprobación de los accionistas según los Estatutos. Durante el 2018, no se realizó una junta de este tipo en Pacífico Seguros. En el caso de Pacífico Salud, por decisión unánime de sus accionistas, se realizan Juntas Universales en vez de Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias. Esto quiere decir que no se requiere organizar una convocatoria, siempre que se encuentren presentes todos los accionistas o que estos estén debidamente representados.

### ESTRUCTURA ACCIONARIA DE PACÍFICO GRUPO ASEGURADOR

PACÍFICO SEGUROS	
Accionista	Participación
Credicorp Ltd.	65.2%
Grupo Crédito S.A.	33.59%
Accionistas minoritarios	1.21%

PACÍFICO SALUD	
Accionista	Participación
Empremédica S.A.	50%
Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A.	50%

### Comprometidos con el trato equitativo y la transparencia de información

En Pacífico compartimos el principio de trato equitativo hacia todos nuestros accionistas, incluidos los minoritarios. En este sentido, todas las acciones emitidas son comunes e iguales y sus titulares cuentan con los mismos derechos. Asimismo, adoptamos principios de transparencia de información. En todo momento, brindamos información completa, veraz y oportuna a los accionistas, inversionistas, auditores externos, organismos reguladores, clasificadores de riesgo y al mercado en general.

Empleamos canales que aseguran un acceso equitativo a la información. El coordinador de relaciones con accionistas e inversionistas, en

nombre de la gerencia central de Finanzas, es el principal punto de contacto para la recepción de consultas. En cada Junta Ordinaria se entrega una carta a los asistentes con los datos de contacto del coordinador con el fin de dar a conocer los canales adecuados para comunicarse con la empresa.

En las páginas web de nuestra compañía, de Credicorp, de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), divulgamos información pública y actualizada sobre la política de dividendos, los resultados trimestrales y anuales, las teleconferencias, los reportes de prensa, los documentos de gobierno corporativo y el buzón de denuncias, entre otra información.

BRINDAMOS INFORMACIÓN COMPLETA, VERAZ Y OPORTUNA A LOS ACCIONISTAS, INVERSIONISTAS, ORGANISMOS REGULADORES Y A OTRAS INSTANCIAS.





## Gestión del desempeño económico

(GRI 102-7, 102-45, 201-1)

El valor económico que creamos como compañía impacta de manera positiva en la dinamización de la economía del país y aporta para lograr un país más seguro y protegido. Para monitorear y evaluar nuestro desempeño económico, contamos con un riguroso sistema de gestión, que cumple con los más exigentes estándares y mecanismos de control. Este sistema está respaldado por Credicorp y es administrado por nuestra Gerencia Central de Finanzas.

Esta última gerencia se subdivide en cuatro divisiones: Inversiones, Contabilidad General, Actuarial y Técnico de Negocios, y Planeamiento y Finanzas. En conjunto, se encargan de mantener los estados financieros actualizados, analizar la información financiera, rentabilizar los negocios a través de las inversiones e investigar de cerca los factores estratégicos para la compañía, incluyendo la participación de mercado de nuestros diversos negocios, los riesgos financieros y el comportamiento de ventas y de siniestros.





### Inversiones sustentables

La división de Inversiones es responsable de generar ingresos predecibles en el tiempo que nos permiten honrar las obligaciones contraídas con nuestros clientes. En este contexto, optamos por inversiones estables de largo plazo y con bajos niveles de riesgo, manteniendo una gestión prudente y eficiente. Las operaciones de esta área se llevan a cabo según el plan anual de inversiones y están sujetas a la Política de Inversiones y los procedimientos correspondientes. De acuerdo con estos, está prohibido invertir en emisores con más de 10% de sus ingresos provenientes de industrias como juegos de azar, casinos, alcohol, tabaco y armas. En la evaluación directa de nuevas inversiones, se revisa con especial atención a

UNA DE NUESTRAS ACCIONES MÁS DESTACADAS DEL 2018 FUE LA INVERSIÓN EN EL PRIMER BONO VERDE DEL MERCADO BURSÁTIL DEL PERÚ.

---

aquellos emisores cuya gestión responsable, a nivel ambiental, social o de gobierno corporativo, suscita dudas fundadas y verificables. Una de las acciones tomadas por la división de Inversiones que destacó en el 2018 es la inversión que realizamos en el primer bono verde del mercado bursátil del Perú. Los bonos verdes se diferencian por ser utilizados exclusivamente para financiar proyectos que buscan generar impactos ambientales y/o sociales positivos. El instrumento fue emitido por la empresa de productos de higiene y limpieza personal Protisa por un monto de S/100 millones. La empresa destinará estos fondos a refinanciar proyectos sustentables en las plantas de esta empresa ubicadas en Cañete y Santa Anita. Durante los próximos años buscaremos invertir en más proyectos de este tipo.

## Nuestro desempeño

En el 2018 mantuvimos un crecimiento rentable y sostenible. Los principales objetivos financieros trazados en ese año consistieron en crecer nuestras ventas y maximizar la rentabilidad a través de una mayor eficiencia en costos. Como Pacífico Grupo Asegurador alcanzamos una utilidad de S/349.1 millones, superando en 8.8% los resultados registrados en el 2017. Asimismo, consolidamos nuestra posición líder en el mercado de seguros peruano, al incrementar nuestra participación de 25.9% a 26.5%. Al cierre del año, nuestra cartera de inversiones se valorizó en S/9,302 millones. Los ingresos financieros representaron un crecimiento importante con respecto al año anterior, incrementándose en 8.6%. Esto se debió principalmente a una

óptima gestión de inversiones en términos de rentabilidad y control, y a la venta de inmuebles.

Para mayor información sobre nuestros resultados financieros, por favor consulta nuestra memoria anual del 2018.



**S/349.1 millones**  
de utilidades obtuvimos en el 2018 como Pacífico Grupo Asegurador.



**VALOR ECONÓMICO GENERADO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO EN EL 2018 EN SOLES**

	<b>Pacífico Seguros</b>	<b>Pacífico Salud</b>
Valor económico generado	2814'084,379.00	1028'846,688.72
Ingresos por ventas	2333'209,435.00	1013'345,991.26
Ingresos obtenidos de inversiones financieras	469'248,178.50	15'500,697.46
Venta de activos	11'626,765.70	0
Valor económico distribuido	834'972,297.60	999'190,514.49
Costes operacionales	365'688,939.60	55'398,565.94
Salarios y beneficios de los empleados	191'378,236.30	51'098,945.87
Pagos a proveedores de capital	260'146,000.00	828'683,632.29
Pagos al gobierno	17'759,121.70	64'009,370.39
Valor económico retenido	1979'112,081.40	29'656,174.23



## Gestión de riesgos

*(Pacífico-5)*

Todo negocio está expuesto a riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos. En Pacífico nuestra visión del riesgo es siempre estar un paso adelante en las mejores prácticas nacionales e internacionales, investigando y anticipando aquellas que serán aplicadas en el sector. Para gestionar los distintos riesgos a los que nos enfrentamos como compañía, contamos con un sólido modelo de gestión y un equipo multidisciplinario de especialistas. De esta manera, podemos identificar, medir, tratar, monitorear y comunicar los riesgos de manera temprana. La Política de Gestión Integral de Riesgos establece los lineamientos para la gestión de riesgos en la compañía, así como los roles y las responsabilidades de los Directorios y las diversas unidades de negocio y soporte. Es importante resaltar que la gestión de riesgos en nuestra compañía cuenta con la activa participación de todos nuestros colaboradores.

Los Directorios revisan periódicamente los niveles de tolerancia y apetito por el riesgo, es decir, el nivel de riesgo que, como empresa, estamos dispuestos a asumir en nuestra búsqueda de rentabilidad y creación de valor. Además, mediante la delegación de sus funciones en el Comité Integral de Riesgos, aseguran que los principales riesgos se encuentren bajo control y dentro de los límites establecidos. Por otro lado, la Gerencia es responsable de garantizar la adecuada implementación y la efectividad del modelo de gestión conforme con las disposiciones del Directorio y su Comité. En este sentido, debe asegurar un adecuado sistema de control interno y recursos suficientes para administrar y monitorear los riesgos. De igual manera, la Gerencia es la encargada de difundir una cultura sólida y progresiva de gestión de riesgos en toda la organización.

La división de Gestión Integral de Riesgos propone los lineamientos y las metodologías para la mejora continua, y apoya y asiste a las unidades de negocio y soporte en la gestión de los riesgos. De manera trimestral, la división informa al Directorio, a su Comité y a la Gerencia acerca de los riesgos y las decisiones asociadas a su control, así como el grado de exposición aceptado. Al cierre de cada año, presenta un informe anual de riesgos que incluye el plan de actividades del ejercicio siguiente como instrumento principal para responder de manera oportuna a cualquier evento inesperado.

### Programa de Continuidad de Negocio

Nuestro programa de continuidad de negocio permite identificar las posibles debilidades que repercuten en la continuidad de las operaciones de nuestra organización y nos facilita desarrollar una capacidad de respuesta efectiva

y anticipada. La Política de Continuidad de Negocio correspondiente describe los procesos principales necesarios para implementar un proceso de gestión de continuidad en la organización. Estos procesos deben ser actualizados de forma continua para mantener preparado al negocio en momentos complejos.

Cada año se elabora el Plan de Continuidad de Negocio y el Plan de Respuesta a Emergencias, herramientas que reflejan nuestra estrategia para prevenir y responder ante incidentes, desastres o crisis, garantizar nuestra capacidad de operar y proteger a nuestros grupos de interés. Para validar la efectividad de estos planes y nuestra capacidad de respuesta, la unidad de Continuidad de Negocio organiza ejercicios y pruebas para entrenar a nuestro personal y prepararlo ante incidentes graves que podrían interrumpir o paralizar nuestras actividades.



## Principales riesgos

En Pacífico clasificamos los riesgos en seis grandes categorías. Todas están controladas y vigiladas de manera permanente por nuestros profesionales especializados.

### 1. Riesgos financieros

Por la naturaleza de nuestros negocios y las inversiones financieras que realizamos, debemos monitorear y controlar permanentemente los riesgos financieros afines a nuestras actividades. Estos tipos de riesgos están asociados a aquellas variables que pueden comprometer la solvencia patrimonial de nuestra compañía y, por consiguiente, nuestra capacidad de honrar futuras obligaciones. Entre los principales riesgos destacan los de crédito (el riesgo de que la contraparte sea incapaz de pagar montos en su totalidad a su vencimiento), mercado (el riesgo generado por cambios en tasas de interés,

EN EL 2018 MANTUVIMOS LAS CALIFICACIONES DE RIESGO MÁS ALTAS DENTRO DE LA INDUSTRIA LOCAL Y LATINOAMERICANA.

---

monedas y productos de capital) y liquidez (el riesgo de la falta de efectivo disponible para pagar obligaciones a su vencimiento a un costo razonable). Gracias a una adecuada gestión, en el 2018 mantuvimos las calificaciones de riesgo más altas dentro de la industria local y latinoamericana (ver página siguiente). Con el propósito de seguir fortaleciendo esta gestión, durante el año trabajamos para optimizar nuestros controles internos y automatizar los procesos de detección de riesgos financieros.



## CALIFICACIONES DE RIESGO EN EL 2018

<b>Pacífico Seguros</b>			
Nombre de la institución	Rating 2017		Rating 2018
Moody's	Baa2		Baa2
Fitch	BBB		BBB
A.M. Best	A-		A-
Apoyo & Asociados	AAA(pe)		AAA(pe)

<b>Pacífico Salud</b>			
Nombre de la institución	Rating 2017		Rating 2018
Class & Asociados	AA+(pe)		AA+(pe)
Equilibrium	AA+(pe)		AA+(pe)





## 2. Riesgos operacionales

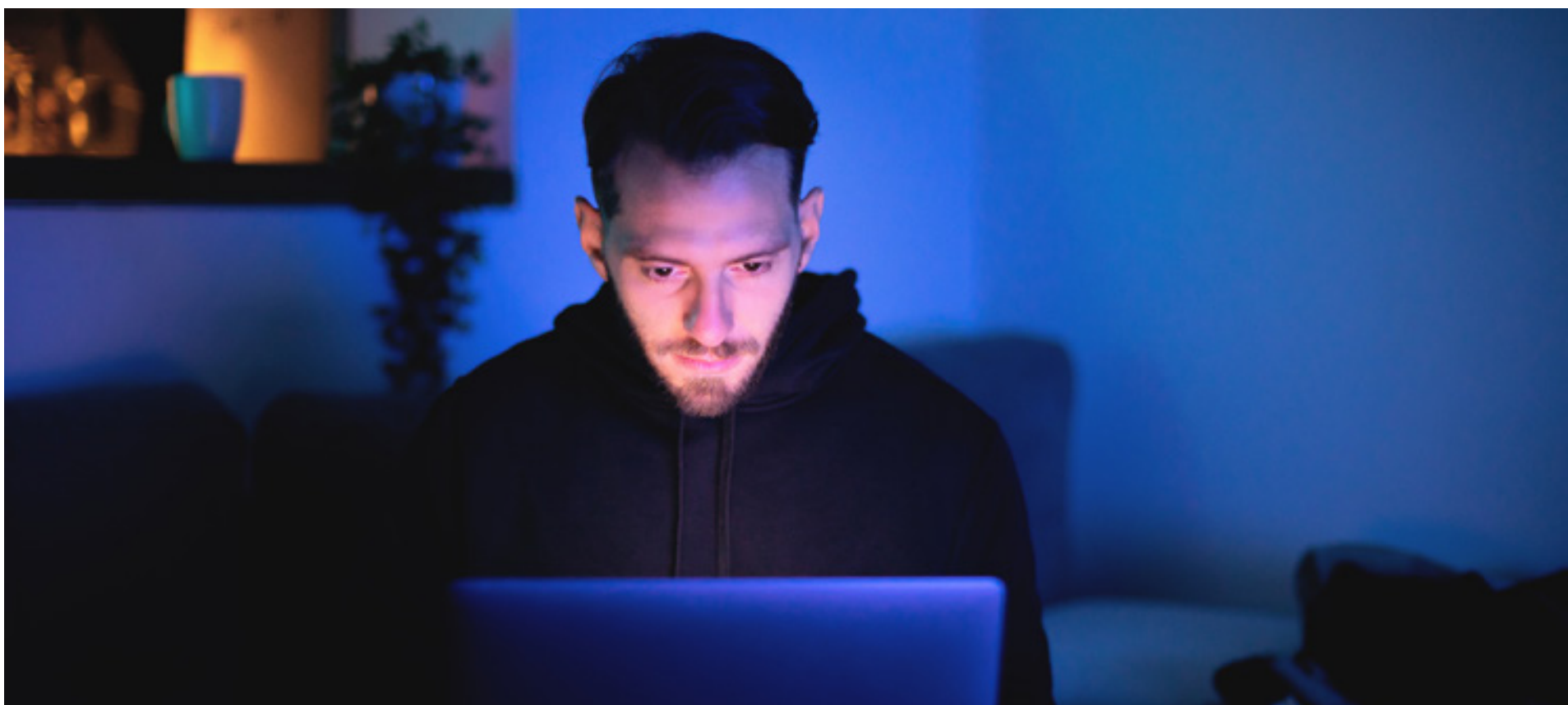
Los riesgos operacionales están relacionados con la ejecución de procesos, el funcionamiento de los sistemas, la conducta del personal y/o las condiciones u ocurrencias en el entorno. Los principales riesgos a los que nos enfrentamos en este contexto son la interrupción de operaciones y sus consecuencias para los estados financieros, así como el incumplimiento de las políticas y los procedimientos por parte de nuestros colaboradores. Una de las ramas del riesgo operacional es la seguridad de

información. Entre las principales amenazas vinculadas con este tipo de riesgo se encuentra la incorrecta asignación de roles, la ingeniería social y los ciberataques.

Con el objetivo de reforzar la protección de la información propia o la de terceros (gestionada a partir de nuestras operaciones o negocios), creamos la nueva área de Seguridad de Información, que forma parte de la división de Gestión Integral de Riesgos y es la principal responsable de la protección de datos de la compañía.

## 3. Riesgos de nuestros clientes

Al comprar un seguro, el cliente transfiere sus riesgos a nuestra empresa. Para reducir la probabilidad de que se materialicen, efectuamos inspecciones periódicas en las instalaciones de aquellos clientes cuyos niveles de riesgo han sido clasificados como altos, especialmente para casos de incendio, sismo y robo. En estas inspecciones explicamos la normatividad y la reglamentación a la que deben alinearse. Asimismo, sugerimos medidas necesarias para prevenir pérdidas humanas y materiales. De esta manera, reducimos el número de incidentes en nuestros clientes y mejoramos el perfil de riesgo de nuestra cartera. Por otro lado, informamos en nuestra página web, redes sociales y los boletines mensuales acerca de las acciones preventivas que nuestros clientes pueden tomar relacionadas con los riesgos de salud, cuidado patrimonial y seguridad vial, entre otros temas.



A PESAR DE LA INESTABLE SITUACIÓN POLÍTICA EN EL PAÍS Y EN EL MUNDO, LOGRAMOS ADAPTARNOS Y OPERAR SIN SUFRIR IMPACTOS SIGNIFICATIVOS.

---

#### 4. Riesgos de ética y cumplimiento

Los riesgos de ética y cumplimiento están relacionados con actos deshonestos, como corrupción, soborno, fraude, lavado de activos, financiamiento de terrorismo y abuso de mercado. Prevenimos la ocurrencia de estas acciones a través del Modelo Corporativo de Cumplimiento. En la página siguiente se presenta información detallada sobre este modelo y las medidas implementadas para reducir este tipo de riesgo.

#### 5. Riesgos políticos

Los riesgos políticos se caracterizan por ser difíciles de predecir y mitigar. A lo largo del 2018 monitoreamos de cerca los acontecimientos políticos, como la vacancia presidencial y los continuos escándalos de corrupción, que afectaron negativamente el clima de negocios. A pesar de la inestable situación política en el país y en el mundo durante el año, logramos adaptarnos y operar sin sufrir impactos significativos, lo que se refleja en nuestros resultados económicos positivos.

#### 6. Riesgos ambientales

Gran parte de estos riesgos se relaciona con los fenómenos naturales. Debido a la magnitud de siniestros que generan, suponen una amenaza importante tanto para nuestros clientes como para nuestros negocios. Esto lo pudimos comprobar en el 2017 durante la emergencia del Fenómeno del Niño Costero, un evento climático que, se espera, ocurrirá con mayor intensidad en los próximos años. Por eso, en Pacífico estamos preparados y tenemos definidos planes de acción para prevenir y atender, de manera ágil y eficiente, los siniestros generados por esta clase de eventos.

## Gestión ética y cumplimiento

(GRI 102-17, 205-3, 418-1)

Nuestro modelo de negocio se basa en el Modelo Corporativo de Cumplimiento de Credicorp. Este fomenta una cultura de responsabilidad en toda la organización y asegura que nuestras actividades y productos cumplan las exigencias de las normativas legales vigentes a nivel nacional e internacional.

El modelo es administrado por la división de Cumplimiento de Credicorp, la cual es responsable del diseño de las políticas, los procedimientos y los programas de cumplimiento que lo conforman. Y en Pacífico cada programa es gestionado por un experto de nuestro equipo de Cumplimiento. Para garantizar su adecuado funcionamiento Credicorp realiza un monitoreo, por lo menos, una vez al año. A continuación, se detallan las actividades desplegadas en el 2018 en cada programa:



## Programa de Ética y Conducta

Estamos comprometidos con llevar una gestión ética que propicie un ambiente laboral donde prime el respeto y la honestidad. Todos nuestros directores y colaboradores están capacitados en el Código de Ética Credicorp y la Política Corporativa de Ética y Conducta. Estos documentos establecen las normas de conducta e integridad profesional que deben de respetar y cumplir en el ejercicio de sus funciones dentro de Credicorp y las empresas subsidiarias. No toleramos ningún comportamiento que viole o contraríe el Código de Ética Credicorp, la Política Corporativa de Ética y Conducta o sus normas complementarias.

Durante el 2018 efectuamos las siguientes acciones:



- Realizamos una identificación y análisis de conflictos de interés entre los proveedores y directores o miembros de la Gerencia.
- En base a dicho análisis, publicamos la Política Corporativa de Conflictos de Interés, donde se describen 25 situaciones en las que se pueden presentar ese tipo de conflictos. Y a partir de la política, establecimos controles para gestionar y monitorear su cumplimiento.



### 25 situaciones

en las que se pueden presentar conflictos de interés identificamos en nuestro análisis del 2018.

## Canales de asesoramiento

Nuestros colaboradores tienen el deber de reportar cualquier hecho o indicio que viole los lineamientos establecidos en el Código de Ética Credicorp, la Política Corporativa de Ética y Conducta o alguna de sus políticas complementarias. Para eso, pueden usar los canales oficiales de denuncia.

El principal medio para reportar infracciones es el canal de integridad Alerta GenÉtica Credicorp, disponible en la página web de Credicorp ([www.credicorpnet.com](http://www.credicorpnet.com)) y accesible tanto para colaboradores como para inversionistas, clientes, proveedores y otros interesados.

La información proporcionada a través de Alerta GenÉtica Credicorp se trata de manera



confidencial y anónima, respetando la decisión de aquellas personas que desean reservar su identidad. El canal es administrado por una entidad independiente y externa a Credicorp, y garantiza la protección contra discriminación, intimidación o cualquier otro tipo de represalia.

La coordinación de las investigaciones de las denuncias está a cargo del área de Cumplimiento de Credicorp y la investigación misma es responsabilidad de la división Legal y de Prevención de Fraudes o de Gestión de Desarrollo Humano, dependiendo de

la naturaleza del caso. De acuerdo con la magnitud del mismo, los resultados son elevados al Comité de Ética. Las medidas disciplinarias se aplican según la gravedad y pueden llegar hasta el cese de la relación o vínculo laboral del colaborador.

En caso el colaborador tenga dudas acerca de la interpretación o la aplicación de nuestras normas de ética y conducta, puede escribir al Buzón de Cumplimiento para obtener asesoría del equipo de Cumplimiento.



## IMPLEMENTAMOS EL NUEVO SISTEMA DE REPORTE LEGAL EN LÍNEA, LLAMADO SISTEMA WEB REPORTING.

### Programa de cumplimiento normativo

A través del Programa de Cumplimiento Normativo promovemos una cultura de cumplimiento en cada miembro de la organización y aseguramos que nuestras operaciones y productos cumplan con las normas legales vigentes. Implementamos los objetivos del programa a través de tres frentes: cumplimiento con normas nuevas, cumplimiento con normas existentes y gestión de procesos sancionadores. El primero tiene por finalidad garantizar la implementación de las normas de reciente emisión que impactan a la empresa. El seguimiento de normas existentes tiene como propósito detectar los riesgos de incumplimiento de las normas que ya han sido implementadas en la empresa. Finalmente, mediante la gestión de los procesos sancionadores aseguramos una correcta ejecución de dichos procesos e implementamos las medidas correctivas requeridas.

En el 2018:

- Implementamos el nuevo sistema de reporte legal en línea, llamado Sistema Web Reporting, que permite que el envío de información periódica a los organismos de regulación y supervisión sea más ágil y oportuno. Para asegurar el envío puntual, el sistema envía automáticamente alertas cuando las fechas se vencen. Esta herramienta fue implementada a nivel corporativo y estamos trabajando en su estabilización.
- Identificamos y priorizamos las normas o procesos existentes cuyo incumplimiento tiene mayor impacto en el negocio y los clientes con el propósito de dedicarles más control y seguimiento.

## Programa de prevención de la corrupción y del soborno

El Programa de Prevención de la Corrupción y del Soborno está respaldado por la Política Corporativa de Anticorrupción y Soborno. Tiene como objetivo reducir y eliminar la potencial ocurrencia de eventos en los que la empresa, sus directores o sus colaboradores estén expuestos a la comisión de actos de corrupción. En este sentido, tenemos establecidos sólidos controles internos. Por ejemplo, nuestros colaboradores pueden recibir un regalo físico de clientes, proveedores y terceros únicamente si su valor no es mayor de cien dólares americanos y no influye en sus decisiones laborales. Si el regalo cumple este requisito debe ser registrado en las siguientes 24 horas de recibido en la web de Genética Credicorp. En caso no cumpla con las condiciones deberá ser entregado a la Gerencia de Administración para ser donado. El programa está alineado a las exigencias de la regulación nacional y extranjera, como la ley estadounidense de prácticas corruptas en

el extranjero (FCPA) y la ley anti soborno del Reino Unido (UKBA).

En el 2018:

- Revisamos y actualizamos la lista de las áreas más sensibles a riesgos de corrupción. Estas son áreas que tienen una alta interacción con funcionarios públicos, proveedores o clientes.
- Reforzamos los lineamientos estipulados en la Política Corporativa de Anticorrupción y Soborno sobre la participación en partidos políticos y la aceptación de regalos.
- Enviamos comunicados a nuestros colaboradores sobre el alcance, objetivo e impacto de la nueva ley que, a partir del 1 de enero del 2018, atribuye a las empresas peruanas responsabilidades en delitos de cohecho, lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.
- No se han confirmado casos de corrupción en nuestra organización.





## COMO COMPAÑÍA QUE COTIZA ACCIONES EN LA BOLSA, SOMOS SUSCEPTIBLES A RIESGOS DE ABUSO DE MERCADO.

### Programa de prevención del abuso de mercado

Como compañía que cotiza acciones en la bolsa, somos susceptibles a riesgos de abuso de mercado. La Política Corporativa de Conducta Específica para Inversiones y Finanzas forma la base del Programa de Prevención del Abuso de Mercado, que está dirigido a directores y colaboradores que, por su nivel de responsabilidad o funciones, tienen acceso a información privilegiada. La política provee los lineamientos y establece los controles para prevenir el uso indebido de este tipo de información y/o la manipulación de mercados en las operaciones de inversión. Asimismo, establece las pautas para gestionar potenciales conflictos de interés que pudieran surgir en los negocios de inversión y los procesos del mercado de capitales.

En el 2018:

- Monitoreamos las inversiones de nuestro portafolio de posición propia con el propósito de identificar posibles casos de abuso de mercado.
- Monitoreamos el cumplimiento de los lineamientos y restricciones sobre, por ejemplo, inversiones propias de colaboradores.
- Enviamos diez comunicados de refuerzo y ofrecimos cursos a personal clave de las áreas con acceso a información privilegiada sobre los impactos del abuso de mercado en las organizaciones y en las personas que la practican.



### Programa de prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo (PLAFT)

Mediante el Programa PLAFT y la política corporativa correspondiente buscamos combatir el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo, así como protegernos ante cualquier acción por parte de nuestros clientes para legitimar y emplear fondos procedentes de actividades ilícitas. En este aspecto, implementamos rigurosos controles a clientes, proveedores e inversionistas de alto riesgo. Esto implica, entre otras cosas, establecer la fuente de los fondos, ingresos y activos del cliente, además del propósito y la extensión del uso esperado.



## 5 monitoreos

y dos auditorías realizamos en el 2018 a nuestro Programa de prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo.

Durante el 2018:

- Aplicamos mejoras a nuestros procesos y medidas de control utilizados para el conocimiento del cliente y el registro de operaciones.
- Continuamos asesorando al negocio y capacitando a nuestros colaboradores con el fin de prevenir y mitigar los riesgos de lavado de activos en la compañía.
- Para garantizar su correcto funcionamiento realizamos 5 monitoreos y 2 auditorías al programa.



## Programa de protección de datos personales

Las medidas de protección de datos personales de los clientes se implementan conforme con la Política Corporativa de Protección de Datos Personales y la Política de Seguridad de la Información. Estos documentos constituyen la base de nuestro Programa de Protección de Datos Personales y guardan requisitos más allá de lo exigido por la legislación nacional. Para asegurar el cumplimiento de las normas establecidas, la división de Cumplimiento brinda asesoría y soporte a las unidades de negocio en la puesta en marcha de nuevos productos, servicios, procesos y canales.



En el 2018:

- Se incluyeron nuevos lineamientos en la Política Corporativa de Protección de Datos Personales a raíz de la modificación del Código de Protección y Defensa del Consumidor, reforzando los controles ya establecidos para la protección de los datos personales de nuestros clientes.
- Comunicamos los nuevos lineamientos de la Política Corporativa de Protección de Datos Personales y las metodologías establecidas para la identificación de flujos transfronterizos. Asimismo, difundimos un video con casos cotidianos sobre el buen uso de datos personales.
- Realizamos una evaluación de riesgos para identificar las áreas más críticas para el programa de protección de datos personales y realizamos un monitoreo del cumplimiento de las obligaciones normativas.
- No recibimos denuncias por la presunta fuga de datos personales.

## Programa de conducta de mercado

Mediante este programa garantizamos una oferta de productos y asesoría que se ajusten a las necesidades reales del cliente y la transparencia en la información que le brindamos. A través de la campaña “Asesora Responsable” nos aseguramos que nuestros asesores brinden un correcto asesoramiento a nuestros clientes, siempre dando toda la información disponible (coberturas, beneficios, exclusiones, primas, etc.) en términos simples y respetando las pautas y normas comerciales y operativas establecidas para cada producto.

Durante el 2018:

- Lanzamos la campaña “Asesora Responsable”.
- Brindamos charlas en las que impartimos información a las gerencias de Marketing, Reclamos, y Bancaseguros y Alianzas sobre el programa de conducta de mercado.
- Verificamos y revisamos el cumplimiento de las normas vigentes relacionadas con la transparencia de información y el sistema de atención al usuario, realizando diez actividades de monitoreo.
- Actualizamos y reforzamos el procedimiento de atención a clientes preferenciales, con discapacidad e iletrados.



## Programa de transparencia fiscal

En el marco de la Ley de Fiscalización de Cuentas Extranjeras (FATCA), aprobada por el Congreso de los Estados Unidos en el 2010, implementamos un programa que nos permite prevenir la evasión fiscal de clientes o contrapartes financieras estadounidenses a través de los productos de inversión. De acuerdo con esta regulación, proporcionamos información sobre las cuentas financieras de personas naturales y personas jurídicas identificadas como estadounidenses. A partir del 2019 en el Perú entrará en vigor un nuevo reglamento que estipula que las empresas deben obtener y proporcionar a la Sunat una declaración fiscal de todos los clientes que adquieran productos pasivos y de inversión, conforme al estándar del Common Reporting Standard (CRS).



En el 2018:

- Adecuamos nuestros procesos al nuevo reglamento mencionado. Organizamos un taller de metodología ágil con el propósito de encontrar sinergias entre los procedimientos existentes de FATCA y los nuevos procedimientos del CRS para implementar la primera etapa del proyecto el 1 de enero del 2019.
- Impartimos capacitaciones sobre el modelo del CRS. Para el periodo 2019, las capacitaciones virtuales se reemplazarán por guías, instructivos u otras herramientas comunicativas de reforzamiento.
- Comunicamos a nuestra fuerza de ventas y corredores de seguros el nuevo proceso y los nuevos formularios que se deberán usar a partir de enero del 2019.

## Aliados de cumplimiento

Como parte del nuevo programa corporativo “Aliados”, invitamos a un grupo selecto de colaboradores que trabajan en áreas donde hay un alto riesgo de prácticas de lavado de activos y financiamiento del terrorismo a convertirse en “Aliados de Cumplimiento”. Estas personas se distinguen por su compromiso, proactividad, conducta ética y sus habilidades de liderazgo y comunicación. Como aliados brindan retroalimentación periódica sobre las oportunidades de mejora en los procesos, controles y herramientas de cumplimiento en sus equipos y en la empresa en general. En este sentido, ejercen un importante papel para la identificación de fallas en nuestros programas. En el 2018 contamos con 108 aliados, quienes



### **108 aliados**

**del cumplimiento** tuvimos al cierre del 2018. Ellos nos ayudan a optimizar nuestros programas de cumplimiento.

recibieron capacitación especializada durante el año y participaron en una conferencia sobre Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

### Actividades de sensibilización y capacitación

Uno de los pilares del modelo corporativo de cumplimiento es la concientización de los colaboradores sobre las diversas políticas corporativas de cumplimiento. En el 2018 continuamos con las capacitaciones virtuales y presenciales para impulsar en toda la organización un comportamiento satisfactorio. Asimismo, enviamos 39 comunicados de refuerzo relacionados con las políticas, procedimientos y aspectos vinculados con los programas de prevención.



## Gestión de la cadena de suministro

(GRI 102-9, Pacífico-2)

Nuestros proveedores son importantes aliados para el logro de nuestros objetivos comerciales y operacionales. En el 2018 contamos con el apoyo de 50 empresas para el suministro de bienes y productos especializados. Los proveedores de bienes nos abastecieron principalmente de papel bond, impresiones, merchandising, vales de consumo y útiles de oficina. Mientras que los proveedores de servicio efectuaron trabajos de consultoría, logística, limpieza, coffee break y producción de eventos. Vale destacar que el 100% de proveedores con los que trabajamos en el 2018 son empresas peruanas.

### Procesos de compra

Consideramos sumamente importante construir relaciones de confianza con nuestros proveedores. Por eso, trabajamos permanente para simplificar los procesos de compra y brindar información clara al respecto. El área



de Logística de Compras gestiona los procesos de adquisición y acompaña a las áreas de la compañía que solicitan un producto o servicio. Para realizar una compra, el área se guía de la Política de Compra de Bienes y Servicios. Este documento establece, entre otros lineamientos, que se deben evaluar varias cotizaciones solicitadas a diferentes proveedores, salvo cuando existe un solo proveedor en el mercado. Para la selección final de un proveedor se consideran factores como calidad y precio del bien o servicio a contratar y plazos de entrega.

Cabe indicar que ciertos productos y servicios tienen un proceso de selección y contratación



**100% de nuestros** proveedores en el 2018 fueron empresas peruanas.

centralizado a nivel de Credicorp. Se trata de materiales y servicios que tienen una alta demanda entre las empresas del grupo, como útiles de escritorio, impresos, folletería, papel bond y servicios de logística. Para estos casos se organizan licitaciones a las que se invita a concursar a empresas especializadas.

En cuanto a los procesos de pago, nuestra política interna establece un plazo máximo de 30 días dentro del que se deben pagar las facturas de los proveedores. En el 2018 cumplimos nuestra política interna con un tiempo de pago promedio de 23 días.



TENEMOS MECANISMOS PARA PREVENIR LA MATERIALIZACIÓN DE RIESGOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO.

### Una cadena de suministro responsable y ética

Tenemos establecidos diversos mecanismos para prevenir la materialización de riesgos económicos, sociales y ambientales a lo largo de nuestra cadena de suministro. En primer lugar, nuestros proveedores firman el Código de Ética Credicorp y una declaración jurada en la que se comprometen a cumplir los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Estos principios están relacionados con temas de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Además, todos los contratos comerciales contienen una cláusula anticorrupción que prohíbe cualquier acto ilícito o irregular y anualmente nuestro gerente general envía una carta a cada proveedor comunicando las normas de Pacífico sobre la no recepción de obsequios, regalos o cualquier clase de beneficio fuera del acuerdo comercial. Del mismo modo, nuestros colaboradores firman el Reglamento Interno de Trabajo, a través del cual se abstienen de participar en decisiones de compra que les generen un conflicto de interés.

Finalmente, todas las empresas que nos abastecen de bienes y/o servicios con una alta

frecuencia, llamados proveedores recurrentes, y aquellas que brindan soporte a un proceso crítico de la compañía, pasan cada año por un proceso de homologación. En este proceso se evalúa su situación financiera y tributaria, gestión comercial, capacidad operativa, gestión de calidad, seguridad y salud y sus prácticas ambientales. En el caso de que un proveedor no cumpla con los requisitos mínimos establecidos, se le hace llegar un informe con las oportunidades de mejora que debería aprovechar. Todo este proceso es gestionado por una empresa externa especializada en la evaluación integral de proveedores.

## Desarrollo de nuestros proveedores

En Pacífico nos preocupamos por el desarrollo de nuestros proveedores. En las reuniones trimestrales con aquellos a los que realizamos compras planificadas hacemos seguimiento a los entregables y revisamos los resultados del servicio a través de indicadores de desempeño. Del mismo modo, los auditamos de manera periódica a través de visitas a sus instalaciones. Luego, les comunicamos los resultados alcanzados y les notificamos las oportunidades de mejora, si corresponde. Gracias a este proceso, nuestros proveedores tienen la posibilidad de fortalecer su gestión y ser más competitivos.





# Nuestro enfoque en el cliente

*Satisfacer a todos los asegurados: ese es el norte que guía cada una de nuestras acciones.*





## Respaldo permanente

Todo lo que hacemos en Pacífico contribuye a dar un respaldo permanente a nuestros clientes. Ellos son nuestra razón de ser y nuestra misión es ofrecerles tranquilidad y una gran experiencia. Nos ponemos en su lugar para entender qué es lo que buscan y brindarles los productos y la asesoría que respondan a sus necesidades reales antes, durante y después de un siniestro.

## Satisfacción de nuestros clientes

*(Pacífico-6)*

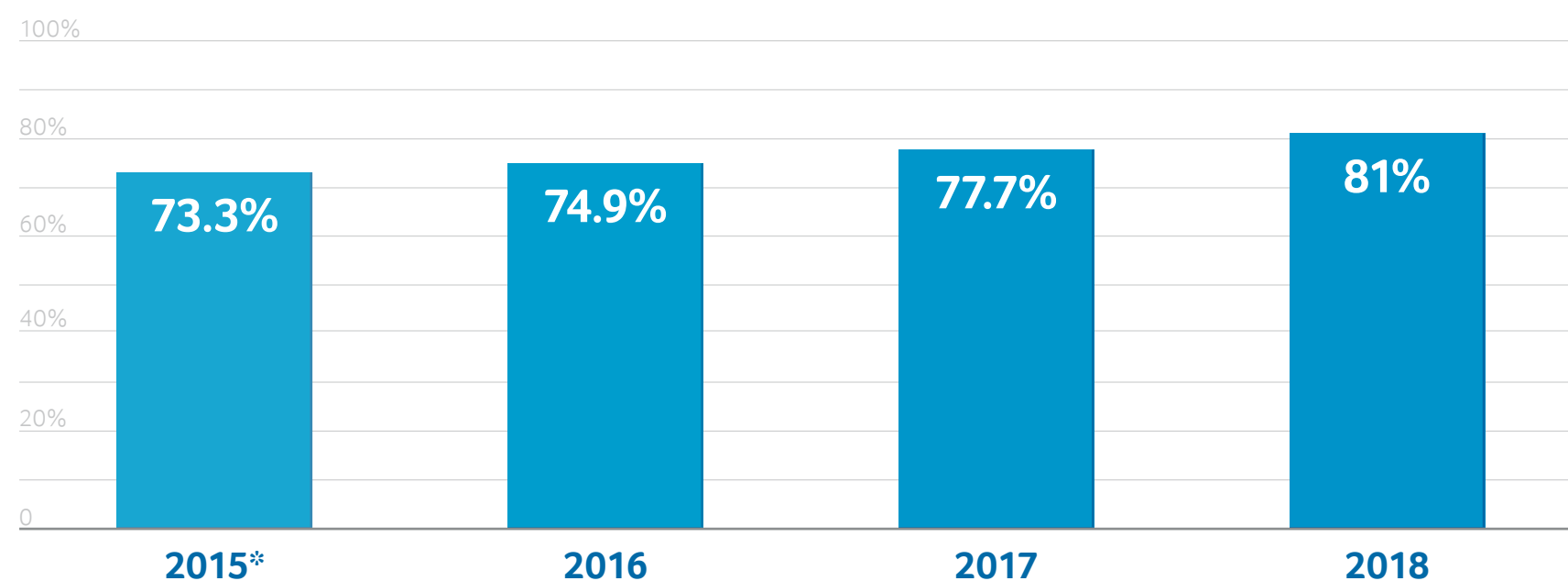
Trabajamos con mucha dedicación para satisfacer las necesidades y las expectativas de nuestros clientes. Para conocer su opinión sobre la calidad del servicio, realizamos mediciones bimensuales de satisfacción. Los resultados se envían en reportes bimestrales a todas las gerencias y áreas para su revisión y atención.



**81%** fue la satisfacción promedio de nuestros clientes durante el 2018. 3.3% más que en el 2017.

Esta gestión nos permite desarrollar una oferta de valor integral y adecuada a cada segmento que atendemos. Cada año nos complace observar que mejoramos los resultados (ver página siguiente). En el 2018 la satisfacción promedio fue de 81%, mientras que en el 2017 obtuvimos 77.7%. Estos resultados favorables son producto, en gran parte, de los proyectos que venimos desarrollando para optimizar la comunicación con nuestros clientes y agilizar los procesos relacionados con la resolución de reclamos. Además, implementamos iniciativas para la fidelización de nuestros clientes como, por ejemplo, sorteos bimensuales que premian su sentido de prevención.

## EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



\*Acumulado entre mayo y diciembre del 2015.

Vale indicar que durante el 2018 modificamos nuestra metodología para medir la satisfacción. Creamos un sistema que permite conocer, en tiempo real, la satisfacción del cliente en cada punto de contacto o interacción que tenemos con él. Esto nos permitirá identificar de manera más fácil los puntos que no lo satisfacen y enviar alertas a los encargados de estos procesos. Adicionalmente, a través del sistema se generará un reporte de resultados en línea visible para los gerentes o responsables de cada punto de contacto. Aquellos con las notas más bajas tendrán la responsabilidad de implementar acciones correctivas. De esta manera, buscamos mejorar el servicio que entregamos al cliente y responder con celeridad a sus requerimientos. Esta nueva metodología se aplicará en el 2019.

## Información clara y transparente desde el inicio

(GRI 417-1)

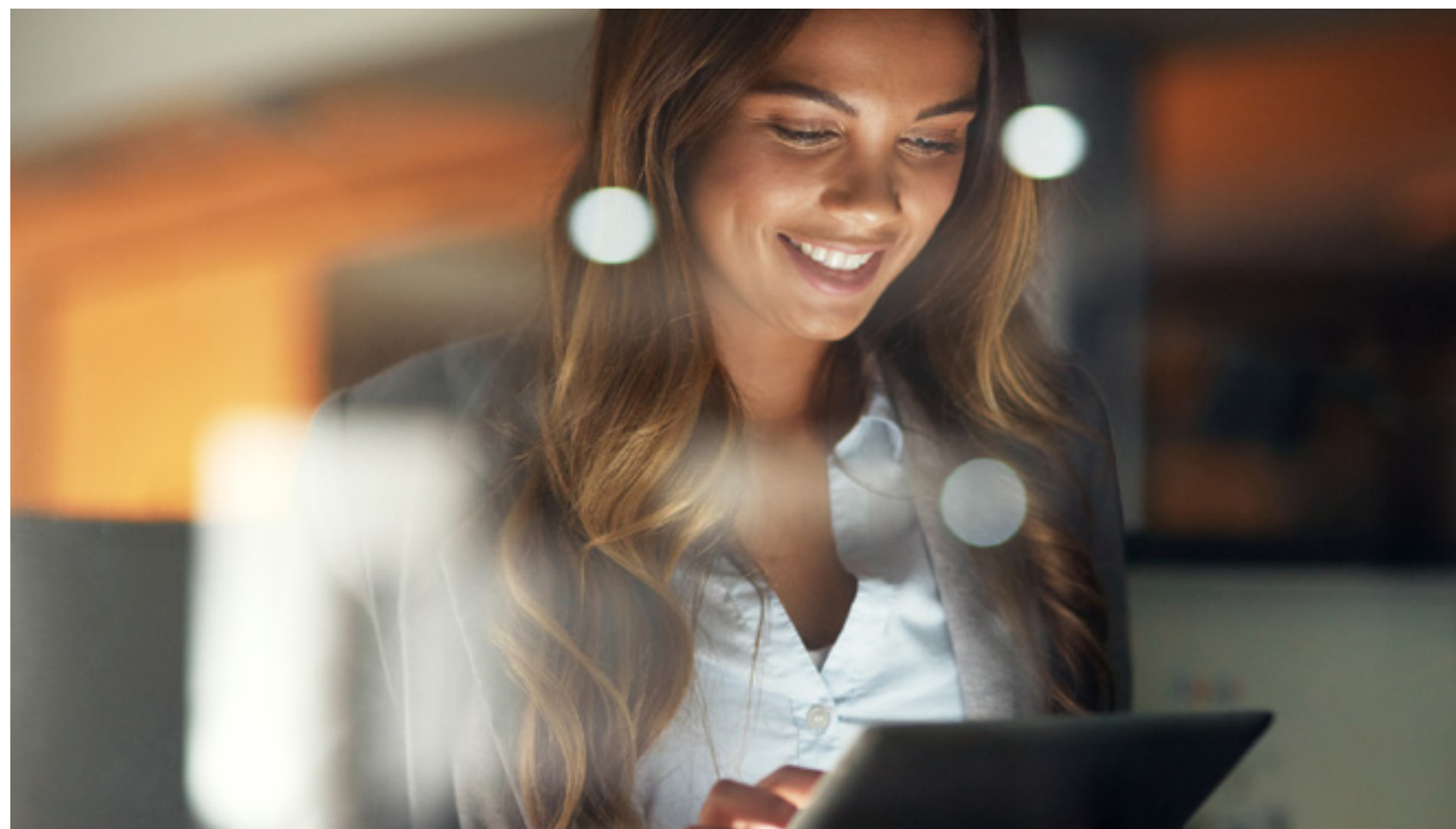
Un aspecto que influye de manera significativa en el nivel de satisfacción del cliente es la transparencia de la información. Consideramos muy importante que nuestros clientes conozcan en detalle las condiciones y las coberturas de los productos que contratan. Por eso, les brindamos la mayor cantidad de información sobre nuestros seguros y nos comunicamos en un lenguaje claro y directo, sin tecnicismos. Asimismo, en los materiales de comunicación hacemos notar de manera explícita los aspectos que no están incluidos en la cobertura de los seguros. Durante el 2018, trabajamos diversas iniciativas para potenciar la transparencia de la información, las cuales presentamos a continuación.





### ABC del seguro

Somos conscientes de que el lenguaje de seguros tiene términos técnicos que pueden resultar difíciles de comprender. Por eso, en el 2018 renovamos el ABC del Seguro, portal que orienta a nuestros clientes y público en general sobre los seguros y comunica los beneficios de contar con su respaldo. El portal contiene videos, infografías, artículos, explicaciones, testimonios, consejos y un diccionario con los términos más usados en el rubro de asegurador. Estos contenidos han sido desarrollados en base a casos reales y recurrentes identificados en el área de reclamos. Así, el ABC del Seguro acerca el mundo de los seguros a las personas y les ayuda a tomar decisiones pertinentes para vivir una vida tranquila y protegida. En el marco del relanzamiento, llevamos a cabo una campaña potente en diferentes medios de comunicación para dar a conocer el portal. Gracias a ella, el ABC del Seguro fue visitado por más de 1.1 millones de personas en el 2018.



### Marketing responsable

En nuestra publicidad procuramos ser directos y comunicar de manera sencilla las condiciones de nuestros productos. Antes de su publicación, el área de Marketing revisa cada pieza publicitaria para verificar que cumplan con nuestros Lineamientos de Marketing Responsable. Estas directrices están alineadas con el código de ética publicitaria del Consejo Nacional del Comité de Autorregulación Publicitaria (Conar).



**1.1 millones**  
de visitantes tuvo  
el ABC del Seguro  
durante el 2018.

## Gestión de consultas y reclamos

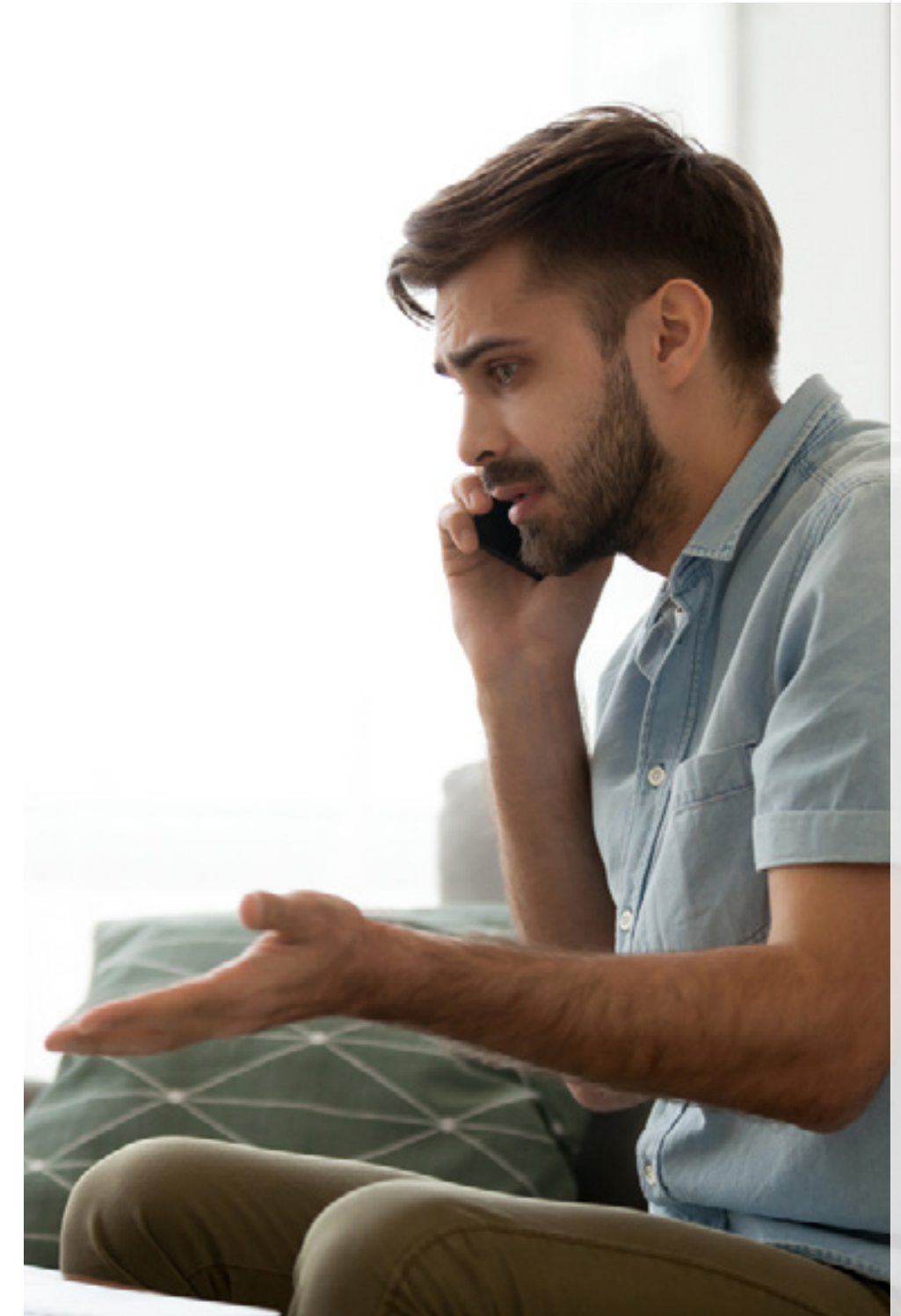
Mantener una comunicación oportuna con nuestros clientes nos permite identificar y solucionar a tiempo los problemas que pudieran presentarse a lo largo de nuestra relación. Así, ellos pueden realizar sus consultas y reclamos a través de nuestros diferentes canales.

### Canales para consultas

Nuestros clientes pueden efectuar sus consultas llamando a nuestra central de información y consultas o contactándonos por el chat de nuestra página web o nuestra página de Facebook. En el 2018 continuamos enfocados en crear canales de consulta más sencillos y promover las atenciones por teléfono. Así, decidimos cerrar nuestro buzón de correo electrónico, pues estudios internos demostraron que la atención que brindábamos por ese canal tenía una baja valoración de nuestros clientes, pues prefieren una comunicación más personal y directa. Otra de nuestras iniciativas fue el proyecto First Call Resolution (FCR), a través del cual buscamos resolver gran parte de consultas en el primer contacto con el cliente.

### Canales de reclamo

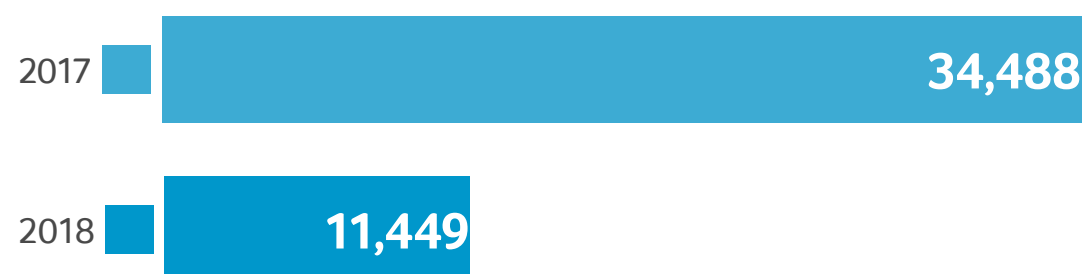
Estamos comprometidos con brindar una atención eficaz a los reclamos que recibimos de nuestros clientes. Un reclamo es una solicitud en la que el cliente manifiesta su disconformidad con el producto adquirido o la atención recibida. Nuestros canales formales de reclamación son la central telefónica de información y consultas, la plataforma de atención en nuestras oficinas y el libro de reclamaciones virtual accesible en nuestra página web. Luego de realizar su reclamo, el cliente recibe una confirmación e información sobre el plazo de atención estimado. Para agilizar el proceso implementamos un proyecto piloto que permite reducir la cantidad de documentos y formatos exigidos al cliente para realizar un reclamo. En este sentido, buscamos solicitar solo los requisitos mínimos necesarios establecidos por ley. Como primer paso, identificamos las transacciones con el mayor número de formatos y evaluamos las posibilidades de simplificarlas. En el 2019, continuaremos en la búsqueda de nuevas formas para agilizar nuestros procesos de reclamo.



## Gestión de reclamos en el 2018

A lo largo del año recibimos 11,449 reclamos a través de nuestros canales formales. Esto quiere decir que el número de reclamos se redujo en 75% comparado con el 2017, en el que recibimos 34,488 reclamos. Esta reducción se debió, en gran parte, a un cambio en el sistema de registro. Desde el 2018, los reclamos relacionados con el producto de protección de tarjetas que tienen origen en el proceso de venta fueron atendidos directamente por el Banco de Crédito del Perú (BCP). También influyeron acciones como las reuniones cuatrimestrales que iniciamos con los encargados de las distintas líneas de negocio para revisar sus estadísticas. Esto nos permitió comprender mejor los orígenes de los diferentes reclamos que ingresaron y, sobre esa base, desarrollamos medidas de mejora. Por otro lado, implementamos acciones para asegurar que los profesionales comerciales brinden más información al cliente sobre los productos, sus coberturas y las obligaciones que asume al contratarlos.

### RECLAMOS RECIBIDOS



### ATENCIÓN DE RECLAMOS EN EL 2018

Tipo de seguro	Atenciones	Reclamos recibidos	Reclamos resueltos	Reclamos fundados	Reclamos infundados	Ratio de reclamos / atenciones
Seguros generales	13'429,516	10,210	10,548	5,102	5,446	0.08%
Seguros EPS	13'168,048	1,239	1,271	184	1,087	0.01%
Número total	26'597,564	11,449	11,819	5,286	6,533	NA
Porcentaje			103%	46%	57%	



## 46% de reclamos

recibidos fueron adjudicados a favor del cliente, mientras que el 57% se declararon como infundados.

El 46% de los reclamos recibidos fueron adjudicados a favor del cliente, mientras que el 57% se declararon como infundados (ver página anterior). Los reclamos más recurrentes se relacionaron con los procesos de reembolsos y cancelación de pólizas. El porcentaje de reclamos resueltos fue de 103%, dado que resolvimos todos los reclamos recibidos en el 2018, además de algunos reclamos que quedaron pendientes del 2017. El 76.5% de las cartas de respuesta a los reclamos fueron enviadas por medio de correo electrónico. Al no enviar una carta física en estos casos, logramos ahorrar una cantidad considerable de papel.

En el Perú, la atención de reclamos para compañías como Pacífico está regulada por dos entidades: la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y la Superintendencia

Nacional de Salud (Susalud). A ellas reportamos periódicamente nuestro desempeño en la gestión de los reclamos que recibimos. La SBS regula la atención de los reclamos de los productos de Seguros Generales y establece, entre otros aspectos, que los plazos de atención no deben superar los 30 días calendario. Los reclamos sobre los seguros de EPS se rigen bajo la regulación de Susalud y deben ser atendidos en un plazo de 30 días útiles, dependiendo de la clasificación del reclamo.

En el 2018 logramos un plazo promedio de resolución de reclamos de 7.2 días útiles. Este plazo abarca desde que el cliente presenta el reclamo hasta que enviamos la carta de respuesta. Cabe señalar que dicho promedio no incluye los reclamos de la línea de negocio de Vida, dado que los indicadores empleados son distintos.







NOS PROPUSIMOS RETARNOS,  
INCORPORANDO METODOLOGÍAS  
ÁGILES, PARA DESARROLLAR NUEVAS  
PROPUESTAS DE VALOR.

## Transformándonos para el cliente

*(Pacífico-7)*

Tenemos la ambición de asegurar a la mayor cantidad de peruanos, protegiéndolos ante situaciones inesperadas y acompañándolos en los momentos más difíciles. Para alcanzar ese objetivo, resulta indispensable ser una compañía rentable e incorporar procesos eficientes que posibiliten el crecimiento de nuestro portafolio de clientes, sin dejar de brindar experiencias extraordinarias. En los últimos años, venimos empleando la tecnología digital y la innovación como herramientas clave

para transformar nuestra forma de trabajar y convertirnos en una empresa más competitiva. Nos propusimos retornos, incorporando metodologías ágiles, como Scrum y Design Thinking, para desarrollar nuevas propuestas de valor y crear productos y servicios que se adapten a las necesidades de nuestros clientes.

Para conocer las mejores prácticas nos acercamos a las experiencias de innovación en otras organizaciones nacionales e

internacionales y observamos que los procesos de transformación requieren la participación de todos los miembros de la organización. Por eso, en el 2017 creamos la Oficina de Transformación Digital como centro de gestión de los procesos de transformación. Esta unidad reporta directamente a nuestro gerente general y es responsable de liderar e impulsar la transformación en todas las áreas de la compañía, brindando estructura y realizando seguimiento a los objetivos trazados.

## La Chakra

La gerencia de Innovación y Transformación Digital, que forma parte de la división de Experiencia del Cliente y Transformación Digital, tiene a su cargo el laboratorio La Chakra. En este espacio de innovación se desarrollan iniciativas que promueven el cambio y crean nuevas formas de generar valor para nuestros clientes. Aquí se han instalado mesas ágiles o células, conformadas por equipos multidisciplinarios, cuya misión es trabajar retos en ciclos cortos y construir soluciones integrales que impulsen una experiencia de cliente distintiva.

Todos los procesos de diseño en La Chakra se basan en investigaciones sobre las necesidades, inquietudes y motivaciones de



los clientes. Para eso se realiza un trabajo de campo que implica conversar con el cliente y sumergirse en su realidad. En base a los hallazgos se realiza un ejercicio de ideación a fin de seleccionar aquellas ideas que mejor resuelvan un determinado problema. Luego, las ideas se traducen en prototipos, que se prueban involucrando al cliente para recibir su retroalimentación, la cual, a su vez, ayudará a

modificarlo hasta que el prototipo se adapte a sus necesidades.

Al término de cada ciclo, se implementa un piloto que, si resulta exitoso, es escalado a otras áreas de la organización. Todo esto ocurre en un periodo de 12 a 16 semanas, permitiendo la generación y adopción rápida de soluciones que tomarían años completarse



con metodologías convencionales. Durante el 2017 y el 2018 en La Chacra se desarrollaron los siguientes proyectos, la mayoría de los cuales ya vienen siendo implementados:

- **Canal de e-commerce**

Identificamos “los puntos de dolor” del cliente en los procesos de compra. En base a los resultados, implementamos una plataforma web que posibilita adquirir en línea seguros vehiculares, de viajes y de vida. La siguiente etapa, que se desplegará en el 2019, se centrará en ampliar el portafolio de productos ofertados en la plataforma.

- **Reembolsos online**

En diciembre del 2018 lanzamos la plataforma virtual de Reembolsos Online\*. En ella nuestros clientes pueden gestionar en línea su reembolso para gastos ambulatorios de salud efectuados a nivel nacional, desde el lugar en el

que se encuentren y usando el dispositivo que prefieran. Solo se requiere llenar información básica sobre el reembolso, añadir los gastos de las atenciones, fotografiar los documentos de sustento y subirlos a la plataforma.

- **Inspecciones vehiculares**

A raíz de nuestro concurso “Simplificando Experiencias”, organizado en el 2017, se formó una célula para el desarrollo y la implementación de la propuesta ganadora. Buscamos diseñar una solución digital simple y eficiente para el proceso de inspecciones vehiculares. Y que también ayude a contrarrestar el fraude. Desde esa perspectiva, se creó una aplicación móvil a través de la cual el cliente puede enviar registros fotográficos y otros datos de su vehículo en caso de siniestro. Así, se evita el traslado de un inspector y se reducen los tiempos de espera, lo cual influirá positivamente en la satisfacción del cliente.

\*En el 2018 la plataforma estuvo dirigida a los clientes asegurados con Medicvida Internacional y Medicvida Nacional y afiliados a planes de salud EPS que cuenten con el beneficio de reembolso.

## Contagiando la transformación

El desafío al que nos enfrentamos actualmente es gestionar el cambio en toda la empresa y contagiar la nueva forma de trabajo a las demás áreas. Queremos hacer partícipes a todos nuestros colaboradores y transmitirles los beneficios. Por eso, contamos con espacios destinados a escuchar sus propuestas e involucrarlos en los retos de innovación:

- **Puertas abiertas.** Es una feria interna que invita a nuestros colaboradores a conocer las iniciativas que se están trabajando en La Chakra. En el 2018 se realizaron cinco Puertas abiertas.
- **Semillas.** Los colaboradores de otras áreas de la compañía trabajan durante un periodo en un proyecto específico de la mano con el equipo de La Chakra y luego regresan a sus respectivas áreas con un conocimiento más amplio y profundo de metodologías y formas de trabajo ágiles.



- **Chakratalks.** A través de estas charlas buscamos generar curiosidad por la innovación y fomentar el intraemprendimiento en nuestros colaboradores, al difundir las experiencias de invitados expertos en modelos disruptivos, emprendimiento, sostenibilidad y otros temas. En el 2018 organizamos ocho charlas brindadas por representantes de Backus, Asociación AIRE, Höseg, Sinba y otras organizaciones.
- **Simplificando experiencias.** Al igual que el año pasado, organizamos un concurso con el propósito de incentivar el diseño de soluciones innovadoras en la organización. Invitamos a nuestros colaboradores a convertirse en agentes de transformación y presentar propuestas originales. Los cinco equipos ganadores fueron invitados a implementar sus propuestas en sus respectivas áreas con el apoyo de La Chakra.

## Los corredores de seguros: nuestros principales aliados

*(Pacífico-1)*

Los corredores de seguros son socios estratégicos de nuestra compañía. Ellos representan un canal fundamental para la comercialización de nuestros productos y, en consecuencia, contribuyen sustancialmente a nuestro éxito.

Un corredor es una persona u organización que interactúa como intermediaria en la comercialización de seguros. Durante el 2018 trabajamos con 1,274 corredores en todo el país. Y continuamos esforzándonos en mantener con ellos una relación comercial de largo plazo, basada en la confianza.



Estamos convencidos de que un corredor satisfecho brindará una atención excelente a nuestros mutuos clientes. Siguiendo esa idea, brindamos a los corredores todas las herramientas necesarias para las actividades de venta y asesoría. Asimismo, recogemos sus opiniones sobre nuestros productos y procesos para identificar las oportunidades de

mejora. De esta manera, podemos optimizar la atención que les brindamos tanto a ellos como a nuestros clientes y buscamos generar en ellos un sentido de pertenencia y fidelidad hacia Pacífico. Esto lo trabajamos, principalmente, a través de tres frentes: comunicación fluida y clara, gestión de desarrollo y mediciones anuales de satisfacción.

**i. Comunicación fluida y clara**

Diversos medios de comunicación nos permiten alcanzar a nuestros corredores la información que necesitan.

Una central telefónica especializada se dedica a resolver sus consultas. Al mismo tiempo, trabajamos en la transformación digital diseñando herramientas que agilizan su gestión y facilitan que estén más cerca de sus clientes. Las ponemos a su disposición a través de una plataforma virtual denominada “Somos Corredores”. En ella publicamos información útil sobre temas relacionados con nuestros productos y compartimos artículos sobre temas de interés. También brindamos información sobre procedimientos, así como acceso a formularios, documentos y otras herramientas. Para facilitar su familiarización con estas herramientas, enviamos a los corredores comunicaciones e invitaciones

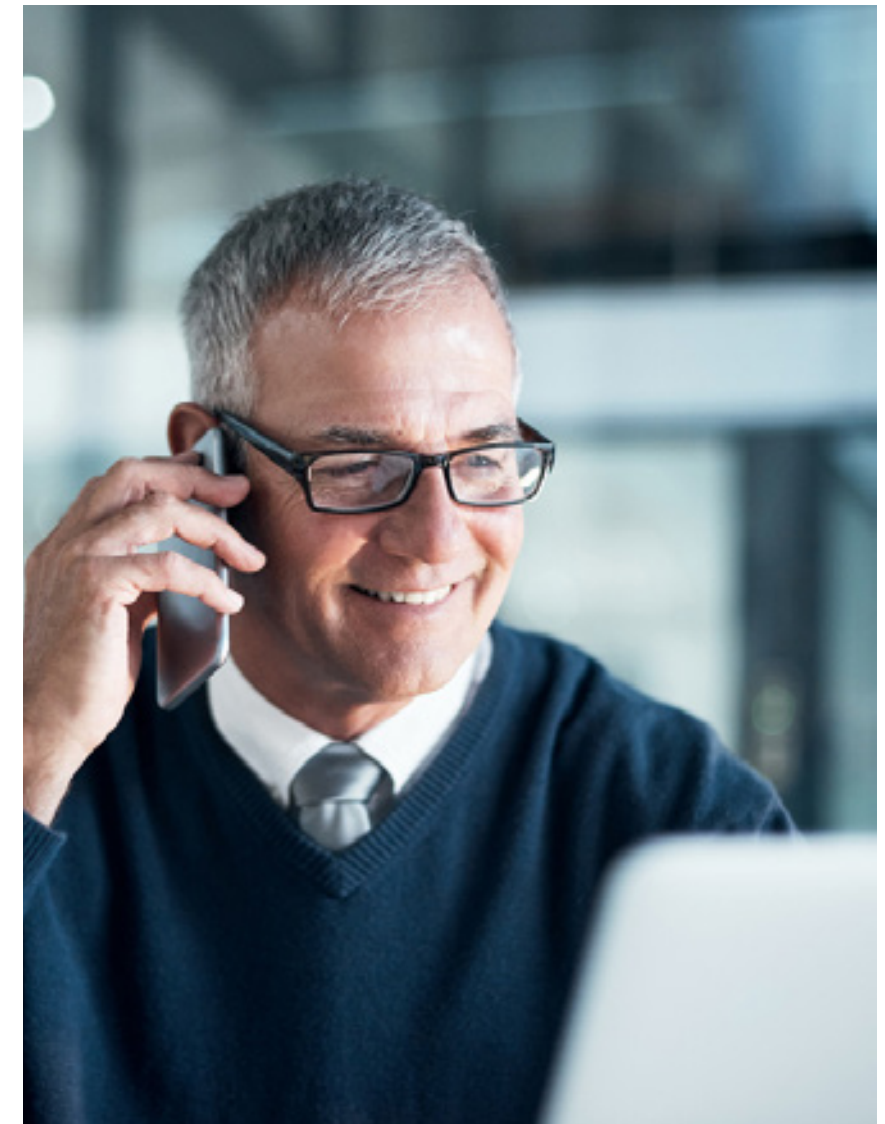
a charlas y capacitaciones. Este canal es uno de los servicios que más impacta en la satisfacción del corredor.

Desde el 2017 empleamos un indicador que mide el porcentaje de actividades que el corredor ha podido realizar sin la intervención directa de ejecutivos de nuestra compañía. Los resultados demuestran que nuestros esfuerzos han dado importantes frutos: entre el 2017 y el 2018 logramos incrementar este indicador de 31% a 67%.

En el 2018, agregamos más productos cotizables en línea y logramos que alrededor del 90% de las pólizas modulares de autos se emitieran a través del portal. Durante los próximos años desarrollaremos más instrumentos que permitan incrementar la autogestión de los corredores y agilizar su trabajo.



**90% de las pólizas modulares de autos** se emitieron a través de Somos Corredores durante el 2018.





## ii. Desarrollo de capacidades y conocimientos

Durante el 2018, brindamos charlas y cursos de capacitación como parte de nuestro programa de desarrollo CAMPUS. Este abarca cuatro frentes:

- Programa ejecutivo. Ofrece a los principales corredores de seguros que trabajan con nosotros capacitación de alto nivel en temas relacionados con la gestión empresarial y la transformación digital. Hubo dos conferencias, cada una contó con más de cien asistentes.
- Programa de actualización. Proporciona seis cursos a los colaboradores de las empresas

corredoras de seguros para profundizar conocimientos sobre nuestros productos, las regulaciones vigentes, la atención de siniestros, las herramientas comerciales y el manejo de los portafolios. Los cursos se dictaron a lo largo de siete meses y fueron seguidos por 57 personas.

- Capacitación continua. Periódicamente brindamos a los corredores capacitaciones enfocadas en productos específicos. Están a cargo de corredores expertos en cada tema. Durante el 2018, beneficiaron a 250 corredores.
- Día del especialista. Cada mes reunimos a un grupo de corredores para darles

conocimientos puntuales sobre nuestros productos y procesos comerciales. Al igual que las capacitaciones continuas, se trata de un espacio abierto para todos los corredores de seguros que trabajan con nosotros.

## iii. Mediciones de satisfacción

A lo largo del año monitoreamos el nivel de satisfacción de los corredores respecto a la relación que mantienen con nuestra compañía. En el 2018, el promedio de satisfacción fue de 63%. Este resultado nos compromete a seguir fortaleciendo nuestra relación con ellos con el propósito de asegurar un crecimiento conjunto.

# Nuestro enfoque en la sostenibilidad

*El compromiso con la responsabilidad social es un característica de toda empresa moderna.*







EN PACÍFICO IMPULSAMOS, DE MANERA TRANSVERSAL, UNA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE EN TODOS LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN.

## Una tarea conjunta

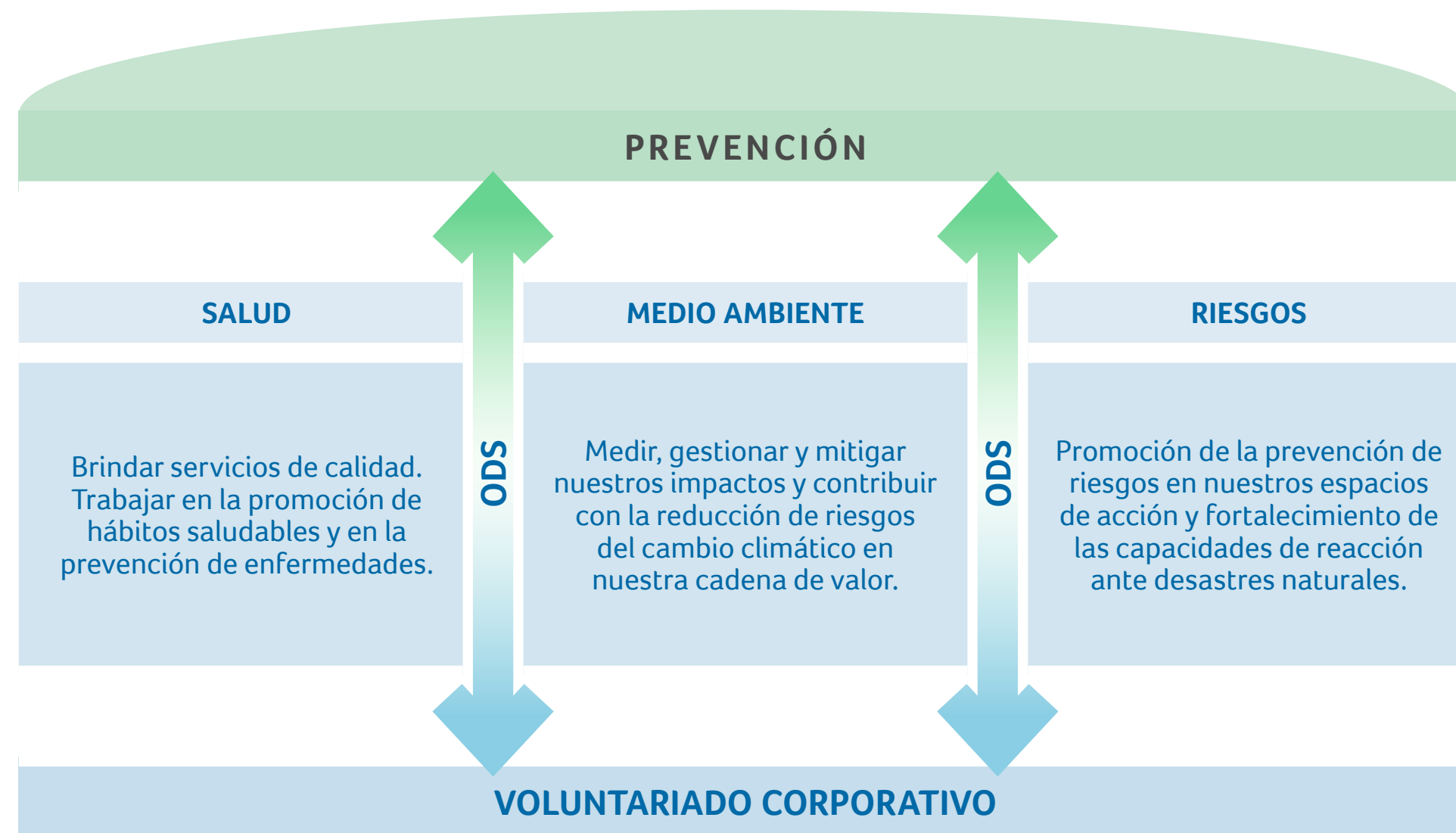
En Pacífico impulsamos, de manera transversal, una gestión socialmente responsable en todos los niveles de la organización. Esto implica desde la reducción de nuestras emisiones y consumo de papel hasta la difusión de una cultura de prevención de riesgos en el país. Es un trabajo en equipo, al que todos nuestros colaboradores se han sumado.

## Nuestra estrategia de responsabilidad social

La gerencia adjunta de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social, en coordinación con

las diferentes divisiones de la compañía, es responsable de la gestión de las actividades de sostenibilidad y de proyección social.

Para efectuar esa tarea se guía de la estrategia de responsabilidad social, la que se basa en tres pilares directamente vinculados con nuestro negocio: promover una cultura de prevención en salud, riesgos y medioambiente. Cada uno de esos pilares tiene objetivos definidos, los cuales guían el diseño e implementación de las actividades. Todo este trabajo se lleva a cabo siempre bajo el paraguas de la prevención y el acompañamiento de los voluntarios.



## Voluntariado corporativo

La gerencia de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social cuenta con el apoyo de colaboradores voluntarios, llamados Líderes Ecosociales, en la coordinación y la ejecución de las diferentes actividades. Ellos son aliados estratégicos en la tarea de sensibilizar a los demás colaboradores y cumplen un rol protagónico en las campañas e iniciativas de prevención en salud, prevención de riesgos y cuidado del medioambiente.

Como parte de la estrategia de voluntariado, en el 2018 reconocimos a cinco Líderes Ecosociales que demostraron un marcado compromiso con las actividades del año y les dedicaron su valioso tiempo. Ellos se convirtieron en Embajadores Ecosociales. Durante la premiación, nuestro gerente general los felicitó y les entregó un trofeo hecho de botellas de plástico PET.



## Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Nuestra estrategia de responsabilidad social se vincula con los ODS. Estos son metas que los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) establecieron para la eliminación de la pobreza y la defensa del medio ambiente en entornos que aseguran la paz, la seguridad y la igualdad. Durante el 2018 llevamos a cabo iniciativas compatibles con los ODS 3, 11, 13, 15 y 17.

## ODS / Descripción

### ODS 3: SALUD Y BIENESTAR



Se enfoca en garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos. En Pacífico apoyamos el bienestar social a través del cuidado de la salud y el acceso a servicios de calidad en los distintos niveles socioeconómicos. Esto lo realizamos mediante campañas de salud preventivas, actividades para la difusión de la autogestión de la salud y la oferta de seguros de salud para emprendedores a través de Mibanco.

### ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



Busca el desarrollo de ciudades y asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Un elemento fundamental de nuestra política de responsabilidad social es la promoción, a través de la educación, de una cultura de prevención con el objetivo de construir un país más preparado ante desastres causados por fenómenos naturales o sismos.

### ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA



Plantea adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos negativos. Queremos ser parte de este movimiento y, por eso, en el 2010, fuimos la primera compañía peruana de seguros en medir y compensar nuestra huella de carbono. Hoy, seguimos siendo una empresa carbono neutral que compensa sus emisiones.

### ODS 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



Propone el uso sostenible y responsable de los ecosistemas terrestres para evitar la desertificación, frenar y revertir la degradación de las tierras, conservar la diversidad biológica y poner fin a la deforestación. En Pacífico adoptamos medidas para reducir nuestro consumo de papel y promover el reciclaje en todas las áreas de la organización. Asimismo, contamos con controles internos que previenen la inversión en fondos de empresas cuyas operaciones atentan contra el medio ambiente. Finalmente, compensamos nuestras emisiones a través de la compra de Bonos de Carbono que protegen la Reserva Nacional Tambopata y el Parque Nacional Bahuaja Sonene, ambos ubicados en la región Madre de Dios.

### ODS 17: ALIANZA PARA LOGRAR OBJETIVOS



Hace referencia a las alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil compartiendo una visión en beneficio de las personas y el planeta. Nuestras iniciativas a favor de la sociedad y el medio ambiente las llevamos a cabo en articulación con organizaciones de la sociedad civil, el sector público y las empresas privadas para asegurar un mayor impacto.

## Eje de salud

A través de nuestras actividades en el eje de Salud, promovemos los hábitos saludables y la prevención de enfermedades. También brindamos acceso a servicios de salud de calidad a quienes no tienen acceso a ellos. Junto con organizaciones de la sociedad civil y empresas aliadas, en el 2018 llevamos a cabo las siguientes acciones:

- **Programa “Pacífico Te Cuida”**

En el 2018 cumplimos diez años promoviendo la prevención en salud a través de “Pacífico Te Cuida” (PTC), junto con nuestros voluntarios y algunos de nuestros clientes de la EPS.

A lo largo del año realizamos doce campañas de chequeos preventivos, siete en Lima y cinco en provincia. Así, beneficiamos a 4,531 personas mediante 7,885 atenciones médicas. Las actividades se ejecutaron en las zonas de influencia de las operaciones de nuestros aliados Unacem (Lima), Latam (Lima), Lindley (Lima), Danper (Trujillo) y

Miski Mayo (Piura). Se brindaron atenciones preventivas adecuadas a las necesidades de las zonas de intervención; entre ellas figuran las especialidades de Medicina General, Odontología, Psicología, Ginecología, Pediatría, Nutrición, Oftalmología, Dermatología, Control de presión arterial y Terapia física.

- **Campañas de donación de sangre**

Promovemos que nuestros colaboradores donen sangre voluntariamente. Esto como respuesta al déficit del aporte voluntario en las reservas de sangre en nuestro país. Efectuamos esta campaña en coordinación con el Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja y la ONG Donante Pendiente. Participaron 84 colaboradores, cuyo aporte benefició a aproximadamente 240 personas. Previamente, los donantes recibieron un análisis completo de su sangre y una charla informativa sobre el proceso de donación.





- **Colectas**

Cada año colaboramos con campañas de recaudación de fondos para causas de salud. Durante el 2018 participamos en tres colectas en beneficio de organizaciones que buscan recaudar fondos para cubrir costos de investigación, prevención, detección y/o tratamiento del cáncer: Liga Contra el Cáncer, Magia y Fundación Peruana de Cáncer (Ponle Corazón). Asimismo, fuimos parte de Ecolecta, colecta organizada por la organización Tierra y Ser, cuyos fondos recaudados se destinaron a la compra de sillas de ruedas, andadores y otros aparatos ortopédicos para personas discapacitadas. Nuestros Líderes Ecosociales participaron en estas colectas sumando 113 horas de trabajo voluntario.

- **Apoyo a la salud inclusiva**

El Centro Médico Educativo en Chincha, institución a cargo de la Peruvian American



Medical Society, continuó recibiendo nuestro apoyo económico en el 2018. Donamos 50 mil soles y brindamos soporte administrativo, así como atenciones de salud de calidad a muy bajo costo.

- **Campaña navideña**

Gracias a la pasión de nuestros voluntarios, organizamos una mañana llena de alegría para 300 niños y niñas de la zona de Carapongo, en Huachipa. Además de los juegos, disfrutamos de un show infantil y compartimos un desayuno navideño. También repartimos regalos y packs navideños con víveres y artículos de higiene. 106 Líderes Ecosociales se agruparon en comités para organizar y llevar a cabo esta actividad.

También entregamos regalos, minipanetones y chocolatadas a más de 190 niños y niñas que pasaron la navidad en el Hospital



Hipólito Unanue del Agustino. Esto ocurrió durante el desayuno especial organizado por Doctores Malabaristas.

Además, obsequiamos packs navideños a 260 niños y niñas atendidos por Remar, institución que ayuda a personas en situación de vulnerabilidad.

- **Clowns hospitalarios**

Como todos los años, capacitamos en técnicas de clown hospitalario a nuestros voluntarios. Así, incorporamos nuevos integrantes al equipo que participa en las campañas de salud preventiva “Pacífico Te Cuida” entreteniéndolos a los más pequeños, brindando información y ayudando a mantener el orden. En el 2018, realizamos dos talleres en los que participaron 41 colaboradores.

## Eje de medio ambiente

(GRI 102-11)

En Pacífico creemos firmemente que las personas y las empresas deben participar de una gestión responsable y sostenible de los recursos ambientales. Desde esta perspectiva, trabajamos continuamente para reducir nuestros impactos y promover una cultura de responsabilidad con el medio ambiente, tanto en la empresa como en nuestra cadena de valor.

### Somos una empresa carbono neutral

Desde el 2010, medimos y compensamos anualmente nuestra huella de carbono siendo la primera empresa aseguradora peruana carbono neutral. Nuestra huella de carbono está conformada por la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) que emitimos, de manera directa o indirecta, en nuestras operaciones. Para reducir esas emisiones, generadas por nuestro consumo de papel, energía y otras acciones desplegamos diferentes iniciativas.

Compensamos las emisiones que no logramos reducir a través de la compra de créditos de carbono. En el 2013 concluimos la compra de 100 mil créditos de carbono provenientes de un proyecto de REDD (Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación) y generados por la captura de carbono en cinco mil hectáreas de los bosques amazónicos de la Reserva Nacional Tambopata y del Parque Nacional Bahuaja Sonene, ambos ubicados en la región Madre de Dios. Junto al Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) y la Asociación Integral para el Desarrollo Rural (Aider) firmamos el acuerdo de adquisición de dichos bonos.

Nuestra huella de carbono en el 2018 fue de 3,018.67 t CO<sub>2</sub> eq siendo nuestro consumo por colaborador de 1.78 t CO<sub>2</sub> eq. Esto representa una disminución de 4.90% con respecto al 2017 (3,174.00 t CO<sub>2</sub> eq). Sin embargo, nuestro consumo per cápita aumento con respecto al periodo anterior (1.25 t CO<sub>2</sub> eq)



**4.90%**

**logramos disminuir nuestra huella de carbono durante el 2018, en comparación al 2017.**



## EVOLUCIÓN DEL INVENTARIO DE EMISIONES PACÍFICO SEGUROS 2017-2018

Alcances	2017 Reclac		2018		2017 Reclac vs 2018	
	T CO2 eq	% del total	T CO2 eq	% del total	T CO2 eq	% del total
<b>Alcance 1: emisiones directas</b>	<b>150.47</b>	<b>4.74%</b>	<b>196.11</b>	<b>6.50%</b>	<b>45.65</b>	<b>30.34%</b>
Aire acondicionado	137.28	4.32%	176.00	5.83%	38.72	28.21%
Extintores	0.01%	0.28	0.01%	-0.02	-7.44%	0.01%
Generadores eléctricos	5.10	0.16%	9.60	0.32%	4.51	88.40%
Transporte de vehículos propios	7.78	0.25%	10.23	0.34%	2.45	31.42%
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>731.27</b>	<b>23.04%</b>	<b>633.58</b>	<b>20.99%</b>	<b>-97.69</b>	<b>-13.36%</b>
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>731.27</b>	<b>23.04%</b>	<b>633.58</b>	<b>20.99%</b>	<b>-97.69</b>	<b>-13.36%</b>
<b>Alcance 3: Emisiones indirectas</b>	<b>2,292.45</b>	<b>72.22%</b>	<b>2188.98</b>	<b>72.51%</b>	<b>-103.47</b>	<b>-4.51%</b>
Consumo de agua	12.07	0.38%	10.12	0.34%	-1.95	-16.19%
Consumo de papel	786.18	24.77%	911.14	30.18%	124.97	15.90%
Desplazamiento del personal al trabajo	778.16	24.52%	755.32	25.02%	-22.84	-2.93%
Generación de residuos	182.32	5.74%	61.79	2.05%	-120.53	-66.11%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	88.54	2.79%	76.71	2.54%	-11.83	-13.36%
Servicio de taxis de la empresa	13.11	0.41%	29.54	0.98%	16.43	125.28%
Viajes en avión	423.29	13.34%	343.38	11.38%	-79.91	-18.88%
Viajes terrestres nacionales	8.78	0.28%	0.98	0.03%	-7.81	-88.89%
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>3,174.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,018.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>-155.51</b>	<b>-4.90%</b>
Número de colaboradores	2540		1692		-848.00	-33.39%
Huella de carbono per cápita	1.25		1.78		0.53	42.76%





### Limitando nuestro consumo de papel

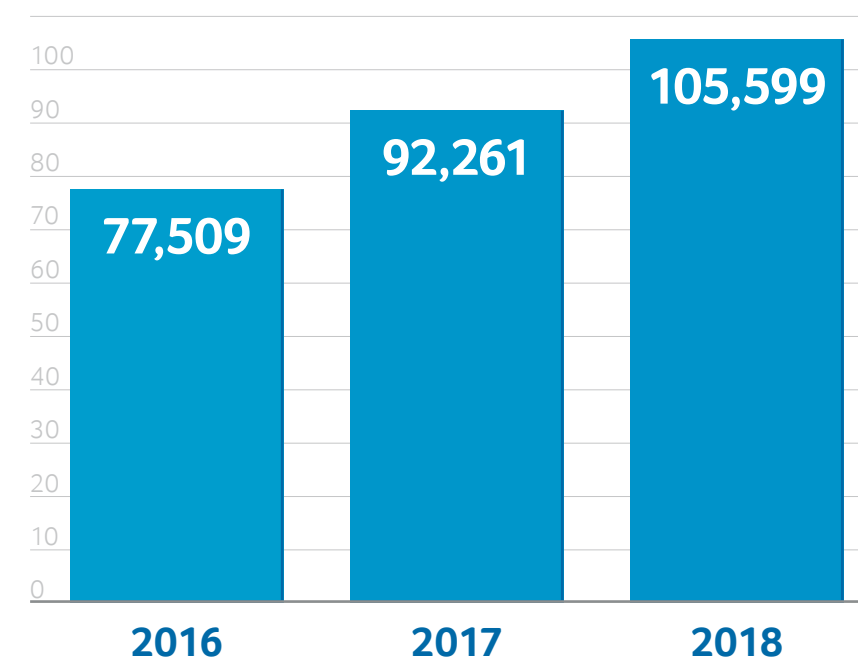
El avance de la transformación digital en la organización ha implicado el incremento de iniciativas que facilitan reducir el consumo de papel en nuestras operaciones. La digitalización de documentos y procesos nos ha permitido generar un ahorro importante. Por ejemplo, la emisión de facturas y boletas de pagos es electrónica en su totalidad, de acuerdo con la normativa de la Sunat. En el caso de pagos a proveedores, priorizamos las transferencias bancarias sobre la emisión de cheques.

Asimismo, en el 2018 emitimos más de 105 mil pólizas electrónicas. Esto equivale a un incremento de 14.5% con respecto al año anterior. La póliza electrónica es un documento digital que detalla las condiciones del seguro adquirido. Luego de la contratación de un seguro, el cliente la recibe por correo electrónico. Durante el 2018, la afiliación a la póliza electrónica fue opcional y sujeta al consentimiento del cliente. Para incentivar a que nuestros clientes opten por ellas, lanzamos promociones y sorteos exclusivos.



**14.5%**  
**más pólizas electrónicas**  
 emitimos en el 2018 que en el 2017.

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PÓLIZAS ELECTRÓNICAS EMITIDAS



Un indicador utilizado para monitorear el incremento de afiliación es el porcentaje de penetración de la póliza electrónica por producto y canal. Al término del 2018 la penetración global alcanzó el 67%, mientras que en el 2017 fue de 41%. Este aumento significó una reducción importante en el consumo de papel, ya que evitamos comprar alrededor de 4.2 millones de hojas bond.

**PENETRACIÓN DE LA PÓLIZA ELECTRÓNICA**

	2017	2018
Porcentaje de penetración	41%	67%

Otra iniciativa que redujo nuestro consumo de papel es ModeloDia. Se trata de una asesoría 100% digital, desde la prospección hasta la

**UNA INICIATIVA QUE REDUJO NUESTRO CONSUMO DE PAPEL ES **MODELODIA**. SE TRATA DE UNA ASESORÍA 100% DIGITAL.**

venta del seguro, que funciona a través de una suite de aplicaciones especialmente creadas para la empresa. Estas se alojan en una tablet, que es lo único que los asesores requieren para visitar a los clientes. Así, lo que antes podía tomar 7 días hoy se logra en uno, y esperamos poder hacerlo en solo tres horas. Y lo que requería 30 hojas para ingresar una solicitud, ahora se hace de manera 100% digital.





### Campaña socio-ambiental “La Ponchila”

En el 2018 nuestra campaña “La Ponchila” nuevamente fue exitosa. Esta iniciativa nació como extensión de nuestro programa de reciclaje interno “Yo fui botella”, donde recolectamos botellas plásticas para transformarlas en mantas y distribuirlas entre las personas afectadas por las heladas en las zonas altoandinas del país. A raíz de la acogida de la iniciativa, en el 2016 decidimos, junto a las empresas Coca Cola y Cencosud, repotenciarla e iniciar la campaña “La Ponchila”.

El objetivo principal se centró en abrigar con Ponchilas a los escolares de las zonas altoandinas que deben recorrer largas distancias a temperaturas muy bajas para llegar al colegio. La Ponchila es una mochila con poncho incorporado, elaborada con 80 botellas de plástico reciclado. Es liviana, fácil de usar, cómoda y térmica. La campaña también se ha presentado como una oportunidad para demostrar la factibilidad del uso de material reciclado para el desarrollo de productos que puedan atender problemas urgentes en nuestro país.



**7 mil escolares** de Apurímac, Ayacucho y Huancavelica se beneficiaron del programa La Ponchila en el 2018.

En el proceso de producción de las Ponchilas se involucraron varias organizaciones. Para la recopilación de botellas de plástico PET —su principal insumo— instalamos contenedores de reciclaje en las tiendas Wong y Metro, empresas de Cencosud. Además, el Ministerio del Ambiente apoyó con una donación de 5.5 toneladas de PET recolectadas en eventos y actividades del programa “Perú Limpio”. También organizamos un concurso interno de reciclaje, a través del cual nuestros colaboradores aportaron 14,700 botellas PET.

La compañía Gexim recibió las botellas recopiladas para convertirlas en rollos de tela de fibra de plástico y Tu Eco se encargó de confeccionar las Ponchilas. Luego, con la ayuda de Cáritas del Perú fueron distribuidas en las zonas más afectadas por el frío. Gracias a esta colaboración, en el 2018 beneficiamos a 7,000 escolares de 130 comunidades de Apurímac, Ayacucho y Huancavelica. Y fue posible gracias al apoyo de 25 empresas aliadas y del público, que se comprometió con el reciclaje de botellas.

Durante los últimos dos años, la campaña llevó 13,000 ponchilas a los niños y niñas de seis departamentos del Perú a través del reciclaje de alrededor de 1'040,000 botellas de plástico.

Agradecemos a las siguientes organizaciones por su contribución en la segunda edición de nuestra campaña:

**Alpha**

**Apoyo Consultoría**

**Artesco**

**BASF**

**BCP**

**Chicharronería Santa Mónica**

**Ciudad Saludable**

**Credicorp Capital**

**DISAL**

**El Pardo Hilton**

**Entel**

**Faber Castell**

**Floriset**

**Gexim**

**Gilat**

**Hudbay**

**KO**

**Konecta**

**La Calera**

**McCann**

**Mujeres Ecosolidarias**

**Norky's**

**Pfizer**

**Prima AFP**

**Stanford**

**Telefónica**

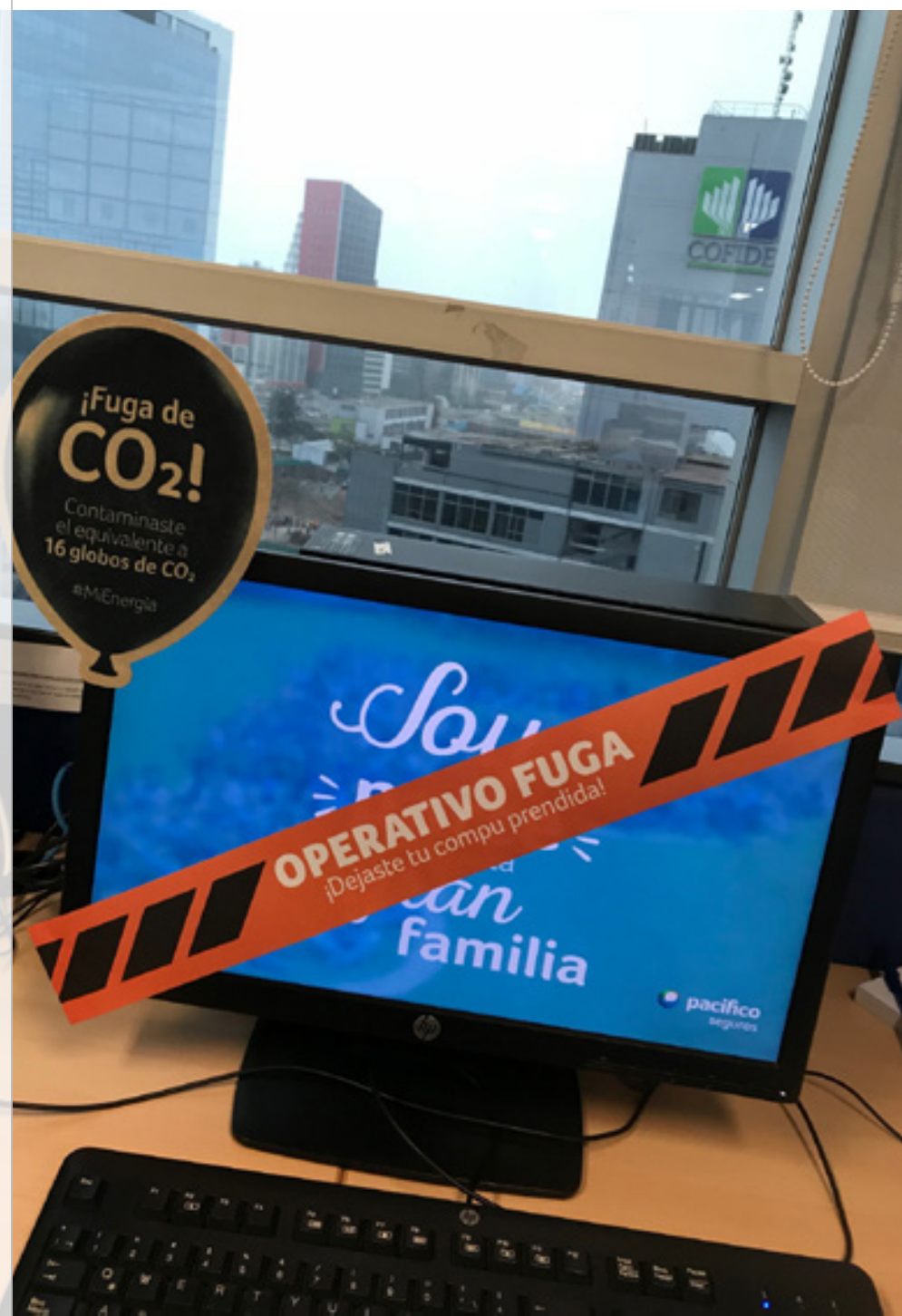
**Tu Eco**

**Viajes Pacífico**

**Vinifan**

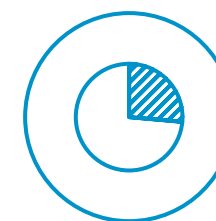
**Zuma**





### Plan “Pacífico verde”

Sabemos que cada acción cuenta para cuidar el medio ambiente. Por eso, en el 2018 diseñamos el plan “Pacífico verde” como herramienta para reducir el impacto de nuestras acciones diarias en la oficina. El plan se centra en tres frentes clave: energía, residuos y transporte. En cada uno se desarrollan actividades a dos niveles. A nivel macro, proponemos implementar proyectos de infraestructura y tecnología que contribuyan positivamente a estos frentes. A nivel micro, buscamos concienciar a nuestros colaboradores sobre las buenas prácticas ambientales, enseñando que todos podemos contribuir a reducir la huella ambiental de nuestra compañía. En este primer año de aplicación del plan, nuestros esfuerzos se enfocaron en los frentes de energía y residuos en el nivel micro. En el 2019 continuaremos nuestras actividades para lograr su implementación total.



**50%**  
**fue la reducción del número de**  
 computadoras que se quedaron  
 prendidas al final del día.

### “Operativo Fuga”

Una iniciativa con la que buscamos sensibilizar a nuestros colaboradores acerca del consumo de electricidad en nuestras sedes administrativas fue el “Operativo Fuga”. Mediante esta campaña promovimos el uso responsable de computadoras y laptops, evitando el desperdicio de energía al dejarlas encendidas durante toda la noche. Al término de la jornada laboral, intervinimos las puertas de los pisos y los protectores de pantalla de las computadoras prendidas con mensajes de la campaña, recordando a los colaboradores que apaguen sus computadoras porque cada noche que las dejan encendidas equivale a la emisión de 16 globos de CO2.

Gracias a la campaña, logramos reducir en un 50% el número de computadoras prendidas al final del día.



**14,700**  
**botellas de plástico recaudamos**  
 gracias a la participación de las  
 diferentes áreas de la compañía  
 en nuestro concurso de reciclaje.

### Taller de medio ambiente

Organizamos un taller abierto a colaboradores de las diferentes sedes administrativas, donde la gerencia adjunta de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social explicó los proyectos y programas desarrollados en el eje estratégico de medio ambiente. También presentó ejemplos de acciones que los participantes pueden adoptar en la oficina y en sus casas para reducir su impacto ambiental. A esta actividad invitamos a nuestros principales aliados en reciclaje, Aniquem y Entel. Posteriormente, replicamos el taller en nuestro laboratorio de innovación La Chakra, con énfasis en las prácticas de reciclaje. Participó toda el área y sus consultores externos.

### Concurso de reciclaje

En Pacífico estamos comprometidos con la correcta disposición de nuestros residuos sólidos. Por ello en cada piso de las sedes administrativas se encuentran distintos contenedores para el reciclaje de papel y cartón, plástico y RAEE (residuos eléctricos y electrónicos). Durante el 2018 remodelamos los tachos y colocamos información más precisa y amigable para sensibilizar acerca de la correcta disposición de dichos residuos. Al igual que el año anterior, estos fueron donados a la ONG Aniquem, la cual, a través de la comercialización del papel y el cartón, pudo cubrir tratamientos médicos y psicológicos de niños de escasos recursos que sufrieron lesiones graves por quemaduras.

Con el propósito de fortalecer las prácticas de reciclaje entre nuestros colaboradores, en el 2018 nuevamente organizamos un concurso. En este motivamos a nuestros colaboradores a reciclar la mayor cantidad de botellas de plástico PET durante un mes. Cada piso compitió y hubo un ganador por sede. Gracias a la participación activa de las diferentes áreas de la compañía, logramos recaudar 14,700 botellas, equivalentes a 185 ponchilas.

## Eje de riesgos

La cultura preventiva ante desastres es aún una tarea pendiente en nuestro país. Siendo Pacífico una empresa de seguros y reaseguros, consideramos que cumplimos un papel importante en el fomento de la prevención de riesgos en el Perú. Por eso nos hemos propuesto concienciar a nuestros clientes y la población en general sobre la importancia de adoptar las medidas necesarias para evitar y disminuir los daños derivados de eventos imprevistos.

- **Seguros para pymes**

En Pacífico nos hemos propuesto hacer de los seguros productos más accesibles. Durante los últimos años hemos trabajado en incrementar la colocación de seguros en las pequeñas y medianas empresas (pymes), facilitando su rápida recuperación ante siniestros sin afectar su patrimonio

y sus medios de subsistencia. Uno de los principales productos que ofrecemos a este segmento es el seguro Multiriesgo Protección para tu Negocio Pyme. Este ofrece coberturas especializadas a una gran red de negocios en rubros donde la penetración de seguros es aún reducida, como restaurantes, hoteles, colegios y tiendas comerciales. Protege aspectos como el inmueble, la mercadería y el contenido del negocio; así como los riesgos propios de la actividad empresarial ante situaciones de robo, asalto, inundación, incendio, sismos, engaño, entre otros.

Por otro lado, ofrecemos seguros a los clientes de Mibanco, empresa que también integra Credicorp. Estos productos permiten acompañar el desarrollo del segmento



**2,500**

**empreendedoras asistieron a la**

**feria** Creciendo por un sueño, donde pudieron conocer la importancia de los seguros.

empreendedor, ofreciéndole la tranquilidad de seguir adelante ante eventos imprevistos. Se caracterizan por su simplicidad, fácil accesibilidad y bajo costo.

Un producto nuevo, que se introdujo en julio del 2018, es Oncorespaldo. En solo seis meses se afiliaron 7.728 personas. El seguro indemniza al asegurado con un monto en efectivo en el caso de que este —o su familiar afiliado— sea diagnosticado con cáncer durante la vigencia de la póliza. Así no necesitarán hacer uso de los ingresos de sus negocios para solventar los gastos iniciales de la enfermedad, y podrán enfocarse en su recuperación. Como beneficio agregado del seguro, el cliente puede llamar a la central telefónica designada para consultar a médicos especialistas sobre cualquier tipo de molestia de salud que pudiera tener. Esto, sin costo alguno.

- **Participación en la feria “Creciendo por un sueño”**

Con la finalidad de concienciar a las emprendedoras bodegueras sobre los posibles siniestros que pudieran poner en riesgo sus negocios, participamos en la feria “Creciendo por un sueño”, organizada por la empresa Backus. La feria se propuso empoderar a las bodegueras a través de capacitaciones y talleres sobre la gestión de sus negocios. En el marco de esta iniciativa organizamos activaciones mediante una puesta en escena interpretada por clowns sobre temas vinculados a la importancia de contar con sistemas contra incendio y otras medidas preventivas. De esta forma buscamos transmitir la importancia de la prevención y la cobertura con un seguro para garantizar la continuidad de los negocios que son el sustento y el progreso

de sus familias. En las cuatro fechas en las que participamos, la feria recibió a 2,500 asistentes, de las cuales 1,061 eran propietarias de sus negocios.

- **Brigadas voluntarias**

En el 2018 formamos el primer equipo de brigadistas de responsabilidad social: “Brigadas voluntarias”. Los voluntarios seleccionados participaron en una capacitación de 15 horas sobre la gestión de riesgo de desastres, factores de riesgo, actores clave, así como el rol del voluntario antes, durante y después del incidente. También fueron preparados sobre respuesta ante emergencia y gestión de emociones. La brigada está integrada por 21 miembros y constituye un complemento valioso para nuestra Brigada de emergencias.





# Nuestro enfoque en el talento

*Comprometidos con el desarrollo profesional de nuestra gente.*



# Consolidando el mejor equipo

Nuestro éxito como compañía se fundamenta en el esfuerzo y la dedicación de nuestros colaboradores. Ellos son nuestro activo máspreciado. Nuestra área de Gestión y Desarrollo Humano (GDH) es responsable de atraer y retener a los mejores profesionales y asegurar que puedan desarrollar su máximo potencial personal y laboral dentro de la compañía.

## Demografía laboral

(GRI 102-7, GRI 102-8, 102-41, GRI 401-1)

Al cierre del 2018, nuestro equipo humano estuvo conformado por 3,493 colaboradores, 2.5% más que el año anterior. De ellos, el 68% son mujeres, y el 32%, hombres. El 48.8% pertenecía a la categoría de gerentes, subgerentes y personal administrativo; el 43.6% a nuestra fuerza de ventas; y el 7.6% restante eran colaboradores practicantes (ver cuadro). La gran mayoría de nuestro personal trabajó en Lima y tuvo un contrato laboral permanente en base a jornadas completas (ver página siguiente). Cabe indicar que en Pacífico no contamos con un sindicato laboral y no tenemos un convenio de negociación colectiva vigente.



### DISTRIBUCIÓN LABORAL POR GÉNERO



### DISTRIBUCIÓN LABORAL POR CATEGORÍA LABORAL



### NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES, DESGLOSADO POR GÉNERO Y TIPO DE CONTRATO LABORAL

Género	Jornada completa	Media jornada	Total de empleados
Femenino	2,232	137	2,369
Masculino	997	127	1,124
Total	3,229	264	3,493

### NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL 2018, DESGLOSADO POR CONTRATO LABORAL, REGIÓN Y GÉNERO

Empleados	Lima	Provincias	Total
Contrato permanente	2,387	836	3,223
Femenino	1,551	677	2,228
Masculino	836	159	995
Contrato temporal	265	5	270
Femenino	137	4.00	141
Masculino	128	1.00	129
Totales	2,652	841	3,493



### Permanencia en el trabajo

En el 2018 contratamos a 957 nuevos colaboradores (ver cuadro). Por otro lado, 1,607 personas dejaron nuestra compañía (ver cuadro). Los ceses se dieron en gran parte por renuncias voluntarias entre el personal de nuestra fuerza de ventas.

Las empresas del sector asegurador peruano registran una rotación relativamente alta de personal. Al cierre de este informe no se cuenta con la cifra final de tasa de rotación. El próximo año continuaremos con nuestro enfoque en la gestión de retención, fortaleciendo nuestras iniciativas para asegurar que cumplimos las expectativas laborales de nuestros colaboradores.

### NÚMERO TOTAL Y TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES EN EL 2018, DESGLOSADO POR GÉNERO, REGIÓN Y RANGO DE EDAD

Desglose		Número de nuevas contrataciones	Tasa de nuevas contrataciones
Edad	< 30 años	393	12.2%
	30 - 50 años	557	17.2%
	> 50 años	7	0.2%
Género	Femenino	696	21.5%
	Masculino	261	8.1%
Región	Lima	555	17.2%
	Provincias	402	12.4%

### NÚMERO TOTAL Y TASA DE ROTACIÓN DE PERSONAL EN EL 2018, DESGLOSADO POR GÉNERO, REGIÓN Y RANGO DE EDAD

Desglose		Número de ceses	Tasa de nuevas contrataciones
Edad	< 30 años	516	16%
	30 - 50 años	1,051	32.5%
	> 50 años	40	12.7%
Género	Femenino	1,156	35.7%
	Masculino	451	14.0%
Región	Lima	966	30.0%
	Provincias	641	19.8%

## Clima laboral

En Pacífico queremos que nuestros colaboradores disfruten su trabajo y se sientan reconocidos por sus logros. Por eso, desarrollamos iniciativas con el objetivo de potenciar el clima laboral en la compañía, las cuales se detallan a continuación.

### Encuesta de clima laboral

Con el propósito de diagnosticar el clima laboral en cada área de la organización, cada año aplicamos una encuesta que nos permite conocer el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores en cada una de las siguientes dimensiones:

- **Compromiso.**

El grado de identificación y compromiso de los colaboradores, tanto con sus responsabilidades como con los principios de Pacífico.

- **Conductores del compromiso.**

El nivel de acompañamiento por parte de los jefes directos para fortalecer el compromiso con el trabajo y la organización.



- **Soporte para el éxito.**

La satisfacción de los colaboradores respecto a las oportunidades de aprendizaje, así como el crecimiento y desarrollo personal.

- **Conductores de soporte para el éxito.**

La satisfacción de los colaboradores respecto al apoyo que reciben de sus jefes directos para desarrollarse profesionalmente y crecer.

De esta forma recolectamos información sobre los factores que tienen más impacto en el ambiente laboral. Cabe destacar que desde el 2017 aplicamos la encuesta de manera digital. Esto nos permite ahorrar una importante cantidad de papel.



**78% de satisfacción**  
 promedio de nuestros  
**colaboradores** alcanzamos en el  
 2018. El 91% se siente orgulloso de  
 trabajar en Pacífico.

Aquellos aspectos con una baja valoración son incorporados en el Plan Anual de Clima del siguiente ejercicio. Este plan abarca todas las oportunidades de mejora identificadas, y contiene una descripción de las acciones que se llevarán a cabo para optimizar el clima laboral. Como parte del plan, el área de GDH acompaña a aquellas áreas que obtuvieron bajos puntajes

en la encuesta. Se realizan reuniones y dinámicas grupales con los colaboradores y se les incentiva a presentar planes de mejora. Estos planes de acción, llamados “Yo me encargo”, se presentan al gerente del área para armonizar la implementación de las diferentes propuestas. Así buscamos generar un sentido de pertenencia en nuestros colaboradores y

empoderarlos para proponer ideas que generen cambios positivos en su lugar de trabajo. En el 2018 la satisfacción promedio de nuestros colaboradores fue de 78%, un punto porcentual menos que en el 2017. Participaron más de 2,970 personas, indicando un nivel de respuesta de 93%. Algunos de los aspectos que más valoran son el trato respetuoso que reciben dentro de la compañía, y las tareas desafiantes que se les asignan. Asimismo, se halló que el 91% se siente orgulloso de trabajar en Pacífico.

Como parte de nuestro compromiso con el bienestar de nuestro personal, durante el próximo año seguiremos implementando acciones para optimizar el ambiente laboral y encaminar la motivación de nuestro personal.

## Beneficios laborales

(GRI 401-2)

Brindamos a nuestros colaboradores una variedad de beneficios que contribuyen a un balance óptimo entre su vida laboral y personal. De esta manera, pueden enfocarse en su desarrollo y carrera profesional sin dejar de lado sus metas individuales. Entre ellos destacan los siguientes:

- **Horario flexible.**

Nuestro personal administrativo puede escoger entre tres opciones de horario de trabajo la que mejor se acomode a su ritmo diario: de 8 a.m. a 4 p.m., de 9 a.m. a 5 p.m. o de 10 a.m. a 6 p.m.

- **Horario de verano.**

Desde mediados de diciembre hasta el último viernes de marzo, todo nuestro personal tiene un horario de trabajo especial. De lunes a jueves adelantamos media hora el horario de entrada y durante ese periodo, tienen libre cada viernes por la tarde para que puedan disfrutar más horas veraniegas.

- **Vístete Pacífico.**

Desde el 2018 nuestro personal administrativo puede venir vestido con ropa casual como jeans y zapatillas todos los días del año.



- **Licencias y permisos.**

Previa coordinación, otorgamos a nuestros colaboradores días de permiso para diferentes ocasiones: cumpleaños, matrimonio, celebraciones por el Día de la Madre y del Padre, paternidad y duelo.

- **e-day.**

El e-day o día de teletrabajo brinda al colaborador administrativo la posibilidad de trabajar durante un día al mes desde su hogar.

- **Descuentos y ofertas.**

Gracias a los convenios establecidos a nivel Credicorp con universidades, institutos educativos, centros de idiomas, gimnasios,

restaurantes y otros establecimientos comerciales, nuestros colaboradores pueden acceder a descuentos y ofertas especiales.

- **“Vive saludable”.**

Es un programa mediante el que promovemos la actividad física, una alimentación balanceada y la prevención en salud para fomentar el bienestar de nuestros colaboradores. Incluye campañas de vacunación y alimentación saludable, charlas oncológicas, chequeos médicos preventivos y pausas activas. También organizamos nuestras “Tardes de pancitas” para madres y cónyuges gestantes, en las que reciben charlas informativas, así como obsequios.

## “ReconoSER”, nuestro programa de reconocimiento

A través de nuestro programa de reconocimiento distinguimos a los colaboradores cuyas conductas reflejen los valores y los principios de Pacífico. También celebramos sus logros personales. Para ello, implementamos las siguientes iniciativas:

- **Acento Pacífico.**

Aquellos colaboradores que destacan por su actitud y aptitud sobresaliente, y por actuar como referentes ante sus compañeros de trabajo cumpliendo los cinco valores de la empresa, reciben el “Acento Pacífico”. Esto es una carta de reconocimiento firmada por nuestro gerente general, un trofeo, un vale de consumo y un pin. En el 2018 otorgamos el “Acento Pacífico” a 10 personas.



- **Años de servicio.**

Como muestra de agradecimiento por el tiempo de servicio de nuestros colaboradores, en el 2018 reconocimos a 136 personas que cumplieron 10, 20, 25, 30 o 40 años en la compañía. Organizamos un brunch especial para ellos con la participación de nuestro gerente general y gerentes de primera línea. Entonces se les otorgó un trofeo, una carta personal firmada por el gerente de Desarrollo Humano, un jalavista y un pin con el número de años de servicio.

- **Dale un bravo.**

Sabemos que los logros alcanzados en la vida personal vienen precedidos de perseverancia, sacrificio, actitud positiva y mucha pasión. Creemos que estos logros merecen ser premiados y comunicados a todos los miembros de la compañía. En el 2018 reconocimos a 15 colaboradores. Les otorgamos una gift card, un vale por un día libre y un pin de “Dale un bravo”.





- **Pines de reconocimiento.**

Entregamos pines de reconocimiento a los colaboradores cuando alcanzan ciertos logros y participan en determinadas actividades. Estos pines se colocan junto a sus fotochecks para que todos sus compañeros puedan notar su compromiso con la compañía.

### Actividades de integración

Cada año organizamos actividades de integración llamadas PACDays, con el fin de brindarles a todos nuestros colaboradores alrededor del país la oportunidad de conocerse entre sí y compartir momentos de diversión. En las 10 PACDays del 2018 en Lima se llevaron a cabo dinámicas, juegos y almuerzos de confraternidad. También realizamos actividades de integración en Arequipa, Trujillo, Cusco, Piura, Chiclayo, Ica y Tarapoto. Por otro lado, como en años anteriores, organizamos la Fiesta Pacífico y el campeonato de fútbol Copa Pacífico.

LOS PINES SE COLOCAN JUNTO A SUS FOTOCHECKS PARA QUE TODOS SUS COMPAÑEROS PUEDEN NOTAR SU COMPROMISO CON LA COMPAÑÍA.



## Línea de carrera

(GRI 404-3)

En Pacífico ofrecemos una línea de carrera a todos nuestros colaboradores que demuestren compromiso con los objetivos de la compañía y un buen desempeño laboral. Para monitorear la evolución de su desarrollo profesional, los colaboradores de los puestos administrativos y de gerencia que laboran a plazo indeterminado o a plazo fijo participan cada semestre en el proceso de evaluación de desempeño. Este proceso consiste en tres etapas:

- (1) **Definición de indicadores.** La jefatura determina los objetivos y metas que debe cumplir el colaborador y establece los indicadores de desempeño. En esta etapa, el colaborador tiene una participación activa y la oportunidad de proponer indicadores.
- (2) **Evaluación semestral.** La jefatura evalúa el desempeño del colaborador de acuerdo con los objetivos, metas e indicadores establecidos en la etapa anterior, y brinda una retroalimentación.

(3) **Evaluación final de desempeño.** Finalizado el año, la jefatura desarrolla una evaluación completa, resaltando las fortalezas y áreas de mejora del colaborador.

El proceso de evaluación facilita una relación de mutua comprensión entre el jefe y el colaborador, y una alineación de sus expectativas respecto a los logros esperados.

De igual modo, permite comprometer al colaborador como agente activo en la gestión del cumplimiento de sus propias metas, remarcando la importancia de su aporte para el éxito de la organización. En el 2018, el 82.9% de los gerentes y subgerentes y el 77.1% de personal administrativo participó en las evaluaciones de desempeño y de la evolución de su carrera (ver cuadro).

### PORCENTAJE DE COLABORADORES QUE HA PARTICIPADO EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y DE LA EVOLUCIÓN DE SU CARRERA EN EL 2018, DESGLOSADO POR SEXO Y CATEGORÍA LABORAL

Categoría laboral*	% de hombres	% de mujeres	% total
Gerentes y subgerentes	82%	84.2%	82.9%
Personal administrativo	81%	74.6%	77.1%
Fuerza de ventas (No participa en el proceso de evaluación de desempeño)			
Total	51%	28.2%	35.2%



Todos los procesos de promoción se dan en función de los resultados de la evaluación de desempeño individual del colaborador, y se desarrollan respetando la igualdad de oportunidades. En conformidad con nuestra política de revisión salarial, se evalúa el sueldo del colaborador cada dos años para ponderar un posible aumento y/o ascenso. En el 2018 ascendimos a 59 colaboradores, de los cuales

el 53% fueron hombres, y el 47%, mujeres. Asimismo, aumentamos el sueldo a 642 personas. De ellos, el 61% fueron mujeres, y el 39%, hombres.

Cabe destacar que, en los procesos de selección, priorizamos las oportunidades de movilidad interna de nuestro personal. Esto quiere decir que, en la mayoría de procesos, antes

de buscar un candidato fuera de la empresa, primero consideramos el perfil de nuestros colaboradores. En el 2018 el porcentaje de convocatorias cubiertas de forma interna fue de 34%. Esto representa un aumento de ocho puntos porcentuales comparado con el 2017 (ver cuadro). De igual manera, promovemos los movimientos internos de nuestros colaboradores dentro de las empresas de Credicorp. Así les ofrecemos oportunidades de desarrollo tanto internamente como entre las empresas vinculadas.

**MOVILIDAD INTERNA DE COLABORADORES**

	2017	2018
Porcentaje de convocatorias cubiertas de forma interna	26%	34%

## Capacitación y entrenamiento

(GRI 404-1)

En Pacífico invertimos en la formación de nuestros colaboradores para fomentar su crecimiento profesional y personal. En el 2018 recibieron un promedio de 21.3 horas de capacitación. El personal administrativo recibió el mayor número, con un promedio de 80.8 horas por colaborador (ver cuadro). Para definir las necesidades de capacitación en la organización, la GDH se reúne una vez al año con las gerencias de cada área. También implementa dinámicas grupales con los respectivos equipos para conocer las habilidades y capacidades que ellos aspiran desarrollar. Igualmente, se guía de los resultados de la evaluación de satisfacción del cliente y de desempeño de los colaboradores. El análisis integral de estos resultados ofrece una visión general de los aspectos que debemos fortalecer en nuestra gestión. En base a la información levantada, la gerencia de GDH elabora el Plan de Capacitación Anual y la malla curricular del siguiente año.



### MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN POR COLABORADOR, POR SEXO Y CATEGORÍA LABORAL

Categoría laboral	Hombres	Mujeres	Total
Gerentes y subgerentes	42.3	43.5	42.9
Personal administrativo	76.7	84.2	80.8
Fuerza de venta	5.2	4.3	4.5
Total	32.6	17.1	21.3

## Programas y cursos de capacitación

Tenemos una oferta variada de cursos en temas relacionados con el mundo de los seguros, el servicio al cliente, el cumplimiento normativo y el desarrollo integral de las personas. Como en los anteriores años, la malla curricular se dividió en cuatro módulos principales: formación, profesionalización, desarrollo de competencias y habilidades, y cursos normativos. A continuación, se detallan los principales programas y cursos que ofrecemos a nuestros colaboradores en el 2018 en cada uno de los módulos.

### MALLA DE CURSOS “PACÍFICO CRECE”

Módulos	Categorías					
	Asistente	Analista	Consultor o Supervisor	Jefe	Subgerentes	Gerentes
Formativos	Inducción e-learning					
	Desafío					
Profesionalización	Escuela de Seguros					
	Programa en Gestión de Seguros (prerrequisito Escuela de Seguros)				Programa en Gestión de Seguros	
	Certificaciones (LOMA*, CPCU**)					
	Cursos externos relacionados con la tarea		Cursos externos relacionados con el proceso o herramienta		Cursos externos relacionados con la gestión	
					Cursos en el extranjero relacionados con la gestión	
Desarrollo de competencias y habilidades	Taller de competencias					
	Taller de habilidades blandas					
	Herramientas informáticas					
Normativos	En cumplimiento con las normas emitidas por la SBS y el Ministerio de Trabajo emitimos cursos normativos virtuales dirigidos a todos nuestros colaboradores. Estos cursos se realizan en nuestra plataforma virtual de aprendizaje Pacífico Crece, en modalidad e-learning.					

\*LOMA es una de las asociaciones comerciales más grandes del sector asegurador en el mundo. Ofrece programas certificados de capacitación y desarrollo para funcionarios de compañías de seguros.

\*\*Chartered Property Casualty Underwriter (CPCU) es una designación profesional administrada por el American Institute for Chartered Property and Casualty Underwriters. Designa a los trabajadores del sector asegurador, quienes, tras una serie de cursos y exámenes internacionales, son considerados como especialistas en seguros de propiedad y gestión del riesgo.



## Formación

Nuestros programas de formación preparan al colaborador para su futuro desarrollo en nuestra compañía, y lo desafían a profundizar su conocimiento experto sobre seguros.

### Programa de inducción

Todos nuestros colaboradores, incluidos los practicantes, participan de nuestro programa de inducción al inicio de su relación laboral. El módulo virtual se desarrolla en nuestra plataforma en línea y consiste en una introducción general a Pacífico y una capacitación en cumplimiento normativo. La parte presencial consta de una bienvenida realizada por la GDH en la que se presentan las políticas, los beneficios laborales y las iniciativas de responsabilidad social de la organización.

NUESTROS PROGRAMAS DE FORMACIÓN PREPARAN AL COLABORADOR PARA SU FUTURO DESARROLLO EN NUESTRA COMPAÑÍA, Y LO DESAFÍAN.

---

### “Desafío”

Cada año organizamos el concurso “Desafío”, en el que retamos a nuestros colaboradores a demostrar sus conocimientos sobre la cultura organizacional de la compañía y el negocio de seguros. En el 2018 el concurso tuvo tres etapas eliminatorias, cada una con más de 80 preguntas. Semanas antes de la fecha del primer examen, enviamos material de estudio a los participantes, de manera que todos tuvieron la oportunidad de prepararse. Los cinco equipos con el mayor puntaje en el examen final ganaron un viaje grupal al exterior por cinco días y cuatro noches. De esta forma, incentivamos a nuestros colaboradores a saber más de la compañía y a familiarizarse con el sector de seguros.

## Profesionalización

El negocio de seguros es especializado, y requiere profesionales expertos y altamente capacitados. Por eso, ofrecemos a nuestros colaboradores capacitación enfocada en conocimientos técnicos de seguros en los ramos vinculados a nuestros negocios.

### Escuela de seguros

Mediante este programa capacitamos a ejecutivos, asistentes, analistas, supervisores, consultores y jefes en los negocios de seguros patrimoniales, vida, salud y vehiculares. El programa tiene una duración de cuatro meses y medio y consta de 17 cursos presenciales distribuidos en 60 horas. Es desarrollado in house por colaboradores expertos de Pacífico que han sido preparados como profesores de la escuela. Para extender las oportunidades de capacitación en seguros a nuestros colaboradores en provincia, nos encontramos trabajando la virtualización de los cursos del programa. En el 2018 estaban disponibles cuatro cursos en la plataforma virtual.



**17 cursos presenciales,**  
distribuidos en 60 horas, brinda  
nuestra Escuela de Seguros.



## Programa de Gestión de Seguros

A los gerentes, subgerentes y los egresados de la Escuela de Seguros brindamos la oportunidad de estudiar un diplomado más especializado. En el 2018 este se desarrolló en alianza con la Universidad ESAN durante un periodo de 11 meses, y consistió en 20 cursos. Acorde con nuestra apuesta por la incorporación de metodologías ágiles, en el 2018 incluimos un nuevo módulo que cubre la metodología Design Thinking.

## Certificaciones en seguros

Gracias a los convenios que mantenemos con Loma y American Institute for CPCU (AICPCU), instituciones educativas especializadas en seguros de vida y salud, nuestros colaboradores tuvieron la oportunidad de participar en cursos de certificación dirigidos a profesionales del sector. Estos cursos estaban orientados a cubrir la necesidad del perfil de un puesto que requiriese una determinada certificación.



## Cursos externos

A ciertos colaboradores que, por su posición y responsabilidades, requerían una formación en seguros específicos, les ofrecimos la oportunidad de participar en cursos externos de corta duración. Estos se desarrollaron en instituciones en Lima y el exterior del país.

**NUESTROS COLABORADORES TUVIERON  
LA OPORTUNIDAD DE PARTICIPAR EN  
CURSOS DE CERTIFICACIÓN DIRIGIDOS A  
PROFESIONALES DEL SECTOR.**





## Desarrollo de competencias y habilidades

Los cursos que se desplegaron dentro de este programa estuvieron orientados al desarrollo de competencias técnicas de los participantes —herramientas de gestión, aplicativos, programas— y habilidades interpersonales —desarrollo de habilidades directivas, liderazgo, gestión del cambio, resolución de conflictos y trabajo en equipo—. Un tema nuevo que se incluyó en el currículo fue el desarrollo de las habilidades comunicacionales de retroalimentación de los gerentes, subgerentes y jefes en los procesos de gestión del desempeño.



**94% de participación**  
fue el promedio en nuestros  
cursos normativos virtuales.

## Cursos normativos virtuales

Cada año nuestros colaboradores y miembros del directorio participan en cursos virtuales de cumplimiento. Estos se realizan en conformidad con las normas emitidas por la SBS, el Ministerio de Trabajo y las políticas de Credicorp. En el 2018 desplegamos cursos relacionados al abuso de mercado, anticorrupción, prevención de fraudes, riesgo operacional y continuidad del negocio, salud y seguridad en el trabajo, PLAFT y transparencia de la información. De igual manera, ofrecimos cursos y talleres de actualización sobre nuevas leyes y normas regulatorias que aplican y afectan a nuestra organización. El porcentaje de participación promedio en los cursos normativos virtuales fue de 94%.



## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

*(GRI 102-10, 102-48, 102-49, 102-51, 102-55, 102-56)*

El presente documento no ha tenido verificación externa y no ha sido necesario reexpresar la información publicada en reportes anteriores. De igual manera, no hubo cambios significativos en la compañía y la cadena de suministro durante el periodo objeto del reporte. Para consultar información sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental del ejercicio del 2017, revisa el Reporte Anual de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2017.

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los Contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

En la siguiente tabla se especifican los estándares GRI utilizados y se presentan los contenidos incluidos.

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
<b>GRI 101: Fundamentos 2016</b>			
<b>Contenidos Generales</b>			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>Perfil de la organización</b>		
	102-1 Nombre de la organización	4	-
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	19, 22	-
	102-3 Ubicación de la sede	4	-
	102-4 Ubicación de las operaciones	23	-
	102-5 Propiedad y forma jurídica	19, 35	-
	102-6 Mercados servidos	22, 25	-
	102-7 Tamaño de la organización	27-30, 41, 98	-
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	98	-
	102-9 Cadena de Suministro	62	-
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	114	-
	102-11 Principio o enfoque de precaución	87	-
	102-12 Iniciativas externas	26	-
	102-13 Afiliación a asociaciones	26	-
	<b>Estrategia</b>		
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	7	-
	<b>Ética e integridad</b>		
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	19	-

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-17 Mecanismo de asesoramiento de inquietudes sobre ética	51	-
	<b>Gobernanza</b>		
	102-18 Estructura de gobernanza	35	-
	102-19 Delegación de autoridad	35	-
	<b>Participación de los grupos de interés</b>		
	102-40 Lista de grupos de interés	13-14	-
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	98	-
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	13-14	-
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	13-15	-
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	15	-
	<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>		
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	41	-
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	15	-
	102-47 Lista de temas materiales	15-17	-
	102-48 Reexpresión de la información	114	-
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	114	-
	102-50 Periodo objeto del informe	5	-
	102-51 Fecha del último informe	114	-
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	5	-
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	4	-

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	5	-
	102-55 Índice de contenidos GRI	114	-
	102-56 Verificación externa	114	-
<b>Temas materiales</b>			
<b>Acompañar al cliente en su viaje por Pacífico</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	65-68	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65-68	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65-68	-
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	68	-
<b>Atracción y retención del talento</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	97, 100-113	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	97, 100-113	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	97, 100-113	-
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones y rotación de personal	98	-
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	103	-
<b>Crecimiento económico</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	40-44	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40-44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	40-44	-
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	41	-

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
<b>Gestión ética</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	51-61	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	51-61	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51-61	-
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	51	-
<b>Gestión y desarrollo humano</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	97-113	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	97-113	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	97-113	-
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	108	-
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	106	-
<b>Privacidad del cliente</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	58	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	58	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	58	-
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1: Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad al cliente y pérdida de datos del cliente	51	-
<b>Atención oportuna y procesos claros para corredores (Pacífico-1)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	77	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	77	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	77	-

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
<b>Atención oportuna y procesos claros para proveedores (Pacífico-2)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	62	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	62	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	62	-
<b>Buen gobierno corporativo (Pacífico-3)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	35	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35	-
<b>Comunicación clara y transparente con los grupos de interés (Pacífico-4)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	13-14	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	13-14	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	13-14	-
<b>Gestión de riesgos (Pacífico-5)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	45	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	45	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	45	-
<b>Satisfacción del cliente (Pacífico-6)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	66-67	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	66-67	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	66-67	-

Estándar GRI	Contenido	N° de página	Omisión
<b>Transformación digital (Pacífico-7)</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	73-76	-
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	73-76	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	73-76	-



