



**Reporte de
Sostenibilidad
2019**

Sé feliz



pacífico

Contenido

1	Existimos para proteger la felicidad de las personas	3	4	Nuestro performance #SéPro	25	7	Colaboradores #SéCompañero	64
				4.1 Gobierno corporativo	26		7.1 Nuestro equipo	65
				4.2 Gestión del desempeño económico	32		7.2 Línea de carrera	68
				4.3 Gestión de riesgos	34		7.3 Capacitación y entrenamiento	70
				4.4 Gestión de la cadena de suministro	36		7.4 Clima laboral	71
				4.5 Gestión ética y cumplimiento	38			
2	Sobre nuestro reporte	6	5	Transformación #SéSoñador	47	8	Pacífico sostenible #SéEjemplo	75
	2.1 Grupos de interés	7		5.1 La Chakra 2.0	52		8.1 Estrategia de responsabilidad social	76
	2.2 Materialidad	11					8.2 Eje de salud	78
3	Sobre Pacífico Seguros #SéFeliz	14	6	Nuestro enfoque en el cliente #SéHumano	56		8.3 Eje de riesgos	80
	3.1 Nuestro propósito y el sello Pacífico	15		6.1 Satisfacción de nuestros clientes	57		8.4 Medio ambiente	83
	3.2 Principales cifras e hitos 2019	16		6.2 Información clara y transparente	59		8.5 Voluntariado: nuestros Líderes Ecosociales	88
	3.3 Nuestros productos	17		6.3 Gestión de consultas y reclamos	60			
	3.4 Nuestra presencia	19		6.4 Los corredores de seguros	62	9	Índice GRI	89
	3.5 Nuestros canales de venta	20						
	3.6 Membresías y asociaciones	21						
	3.7 Premios y distinciones	23						



1

Existimos para
proteger la
felicidad de las
personas

Palabras de nuestro Gerente General César Rivera

Queridos lectores,

Pacífico atraviesa un proceso de transformación, pues estamos convencidos de que solo haciendo las cosas distintas es que lograremos resultados diferentes. Durante el 2019 nos hemos propuesto nuevos objetivos –más retadores–, hemos apostado por un cambio de forma de pensar, y atravesamos por una transformación organizacional y cultural.

¿Por qué decidimos empezar a hacer las cosas diferentes? Pues porque queremos mantenernos vigentes frente a un mundo que cambia a gran velocidad, y poder así estar a la altura de las nuevas exigencias y necesidades de las personas. Nuestra historia de transformación empezó unos años atrás, con un foco que tendía hacia lo digital. Pero avanzando en ese camino nos dimos cuenta de que el cambio iba más allá de lo tecnológico.

Durante el 2019 nuestras acciones y logros tienen que ver, en gran medida, con esta transformación. Lanzamos, por ejemplo, nuestro propósito, el que co-creamos con todos en la organización. Hoy tenemos claro que cada cosa que hacemos, la hacemos para proteger la felicidad de las personas. Y eso nos motiva a seguir creando. En esa línea, creamos también nuestro sello, seis principios que nos definen como organización: [#SéPro](#), [#SéHumano](#), [#SéEjemplo](#), [#SéCompañero](#), [#SéSoñador](#) y [#SéFeliz](#).

¿Qué tiene que ver una empresa de seguros con la felicidad? Pues entendimos que no se trataba solo de proteger a más personas o más cosas, empresas, autos, casas. Comprendimos que protegemos lo que esas personas y cosas significan. Que nuestro rol iba más allá de



solo la compensación económica. Así, nuestros seguros no solo ayudan a recuperar la salud o el dinero perdido, sino la felicidad que se ve interrumpida.

Por otro lado, somos una organización que se reafirma en su compromiso de colocar a las personas en el centro de nuestras decisiones. Y es en este proceso que buscamos impactar positivamente a la sociedad desde todos sus frentes: clientes, socios de negocio, colaboradores, comunidad.

Por ejemplo, con las más de 5 millones de personas cuya felicidad hoy protegemos. O con los más de S/ 1,535 millones que durante el 2019 pagamos a estos clientes por los imprevistos que pudieron ocurrir, o los beneficios que les correspondían. También protegiendo a cada vez más emprendedores, sumándolos a los + 2 millones que hoy están con nosotros.

Además, comprometiéndonos con problemas que afectan a nivel país, como la lucha contra la anemia con nuestro programa de Responsabilidad Social Tan Fuertes como el Hierro, que ha capacitado a más de 6,400 personas y atendido a más de 740 niños. Todo ello, procurando el desarrollo de los +3,5 mil colaboradores Pacífico.

Para nosotros, ser los más sólidos es clave para poder cumplir con nuestro rol. Y es que solo si somos más eficientes podremos seguir ofreciendo nuevas formas y más accesibles de proteger la felicidad de las personas. En ese sentido, el 2019 fue un año positivo, en el que crecimos +7 % en primas directas, y en +8 % en utilidad neta frente a 2018.

El 2020 nos plantea nuevos retos para consolidarnos, a través de nuestra transformación, como una compañía sostenible. Ya hemos emprendido este camino y estamos preparados para continuar en él.

Los invito a leer nuestro nuevo reporte de sostenibilidad, donde encontrarán un sumario de nuestro desempeño económico, social y ambiental en el año que ha terminado.

Sé feliz



2 Sobre nuestro reporte



Nuestro reporte de sostenibilidad busca comunicar de forma transparente y equilibrada el desempeño económico, social y ambiental de Pacífico con sus grupos de interés.

Sobre nuestro reporte

Nuestro reporte de sostenibilidad busca comunicar de forma transparente y equilibrada el desempeño económico, social y ambiental de Pacífico con sus grupos de interés. Emprendimos por octavo año consecutivo la preparación de este documento, proceso que nos permite marcar los hitos de nuestro camino a ser una empresa sostenible y construir así relaciones de confianza.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI y cubre las operaciones de Pacífico Grupo Asegurador, que está conformado por Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A., y Pacífico Entidad Prestadora de Salud S.A.

**(GRI 102-1) (GRI 102-5) (GRI 102-45)
(GRI 102-54)**

2.1 Grupos de Interés

Nuestros grupos de interés son aquellas personas, colectivos, 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 nosotros, o tienen la capacidad de influir en la continuidad de nuestro negocio. Nuestra Política Corporativa de Relaciones con los Grupos de Interés brinda los lineamientos para nuestra relación con ellos.

(GRI 102-42)

Grupo de interés

Principales canales de comunicación y consulta

(GRI-102-40)(GRI-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
- Páginas web y redes sociales

- Plataforma ABC del Seguro
- Cartas
- Chat en la web corporativa
- Encuestas de satisfacción
- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad

Grupo de interés

Principales canales de comunicación y consulta



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
- Workplace



Comunidad

- Reuniones de coordinación
- Iniciativas de prevención

- Memoria anual
- Reporte de sostenibilidad



Corredores

- Contacto directo
- Plataforma Somos Corredores
- Buzón Somos Corredores

- Charlas y capacitaciones
- Encuestas

Grupo de interés

Principales canales de comunicación y consulta



(GRI 102-40) (GRI 102-43) (Pacífico-1 Comunicación con los grupos de interés)

2.2 Materialidad

Para la definición de los contenidos de este reporte, mantuvimos los temas identificados en el proceso de materialidad realizado en 2018¹. Para actualizar dichos temas, desarrollamos 8 entrevistas con áreas clave de la compañía y así identificar los principales hitos del año.

El resultado del proceso de materialidad lo encontramos en la matriz de materialidad. En los 3 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 presentamos información en el resto de este documento, de acuerdo con los estándares GRI.

Importancia de temas
para Pacífico

Matriz de materialidad

	• Transformación digital • Gestión ética	• Satisfacción del cliente • Acompañar al cliente durante su viaje por Pacífico • Crecimiento económico • Gestión de riesgos • Buen gobierno corporativo • Atracción y retención del talento • Atención oportuna y procesos claros para corredores
• Gestión sostenible • Duración y cumplimiento de plazos de pagos a proveedores	• Portafolio y calidad de productos • Nivel de comisiones de corredores • Cumplimiento legal	• Privacidad del cliente • Gestión y desarrollo humano • Comunicación transparente y clara con los grupos de interés • Atención oportuna y procesos claros proveedores
• Apoyo a la comunidad		• Retroalimentación a proveedores

Importancia de tema para los grupos de interés

(GRI 102-46)

(GRI 102-44)

¹El proceso de materialidad mencionado puede revisarse en la página 15 del Reporte 2018



Lista de Temas Materiales

La cobertura de los temas materiales, es decir, si los temas son relevantes dentro de Pacífico (impacto interno en la compañía o sus colaboradores) o fuera (impacto externo a Pacífico, fuera de su perímetro de control, o a Grupos de interés externos) se refleja a continuación y dentro de cada capítulo del reporte.

Tema material	Descripción del tema	Cobertura
1. Comunicación transparente y clara con los grupos de interés	Disponibilidad y desempeño de canales de comunicación con los grupos de interés para la consideración y evaluación de consultas, sugerencias y expectativas.	Cobertura interna y externa
2. Acompañar al cliente durante su “viaje” en Pacífico	Atención cercana y transparente en todos los puntos de interacción del cliente con la empresa, especialmente en los momentos clave, como cuando necesita activar y hacer uso de su seguro.	Cobertura interna y externa
3. Satisfacción del cliente	Acciones orientadas a maximizar el nivel de satisfacción del cliente y brindar una experiencia extraordinaria en todo momento.	Cobertura interna y externa
4. Privacidad del cliente	Políticas y mecanismos de control para proteger los datos personales de nuestros clientes y salvaguardar su privacidad.	Cobertura interna y externa
5. Transformación digital	Recursos 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.	Cobertura interna
6. Gestión ética	Fomento de una conducta ética entre los miembros de la compañía y la implementación de controles para prevenir e identificar actos deshonestos e ilícitos.	Cobertura interna

Tema material	Descripción del tema	Cobertura
7. Gestión de riesgos	Gestión enfocada en identificar, medir, tratar, monitorear y comunicar los riesgos y las oportunidades derivadas de las operaciones de la compañía.	Cobertura interna
8. Crecimiento económico	Crecimiento sostenible del valor económico que la compañía genera a través de sus operaciones comerciales y sus inversiones.	Cobertura interna
9. Buen gobierno corporativo	Conjunto de principios y políticas que regulan el diseño y el correcto funcionamiento de los órganos de la compañía y las relaciones con nuestros accionistas.	Cobertura interna
10. Atracción y retención del talento	Gestión de atracción y retención del talento humano en la compañía a través de una propuesta de valor diferenciada y programas que tienen como foco la realización del colaborador.	Cobertura interna
11. Gestión y desarrollo humano	Gestión centrada en el desarrollo profesional del colaborador mediante programas de capacitación, línea de carrera y gestión del desempeño.	Cobertura interna
12. Atención oportuna y procesos claros para corredores	Atención de calidad a nuestros corredores, así como la búsqueda de procesos simples y ágiles que faciliten su gestión eficiente.	Cobertura interna
13. Atención oportuna y procesos claros para corredores	Atención de calidad a proveedores, así como la búsqueda de procesos simples y ágiles que faciliten su gestión eficiente.	Cobertura interna

(GRI 102-46) (GRI 102-47) (GRI 103-1)



3 Sobre
Pacífico
Seguros
#SéFeliz

Sobre Pacífico Seguros #SéFeliz

3.1 Nuestro Propósito y el sello Pacífico

Nuestro propósito Protegemos la felicidad de las personas

Desde que llegamos al mundo tenemos derecho a la vida, a la libertad y a la búsqueda de la felicidad. Cada cosa que hacemos, la hacemos para ser felices y, aunque sea a veces difícil, encontramos cómo lograrlo.

Por eso existimos: para cuidar todo lo que trae felicidad. Nuestros seguros no solo ayudan a recuperar la salud o el dinero perdido, sino la felicidad que se ve interrumpida.

Más allá de proteger tu auto, nos aseguramos de que las aventuras continúen. Por encima de proteger tu casa, queremos que tu hogar se mantenga siempre protegido. Porque no solo queremos proteger tu salud, sino que disfrutes del bienestar de una vida sana. Y así como protegemos tus viajes, también nos encargamos de que nada interrumpa esos recuerdos memorables. Y es que, más allá de cuidar de tu familia, queremos que tengas la satisfacción de que siempre estarán protegidos.

El sello Pacífico: nuestros principios

Para cumplir con nuestro nuevo propósito, hemos redefinido nuestros principios, el sello que identifica a todos los que forman parte del equipo de Pacífico:

#SéSoñador: Queremos que vuelas. Que seas quien va adelante, quien innova e imagina los caminos que los demás seguirán.

#SéPro: Rómpela, brilla y destaca usando siempre las mejores prácticas y alcanzando los mejores resultados.

#SéEjemplo: Conviértete en un orgullo para tu familia y para tu país.

#SéCompañero: Recuerda que formas parte de un solo equipo: Pacífico.

#SéHumano: Que tus clientes sepan que eres la persona que más los ayuda, que siempre cuentan contigo.

#SéFeliz: Que seas fuente de felicidad y que conviertas tu estadía en Pacífico, en los días más satisfactorios de tu vida.

(GRI 102-16)

3.2 Principales Cifras e Hitos 2019

(GRI 102-7) (GRI 102-5)



25.8 %

de participación
del mercado



63 %

de satisfacción
de clientes



Se incrementó
a 75.4 %

el uso de la plataforma
Somos Corredores



**Más de 2
millones**

de usuarios del portal
ABC del Seguro



3,296

colaboradores,
68 % mujeres y
32 % hombres



**Reducción de
34.75 %**

de nuestra huella
de carbono total de la
sede Tamayo



13.5 horas

promedio de
capacitación
por trabajador



77 %

de satisfacción
promedio de nuestros
colaboradores



73 %

de los niños de la iniciativa
#TanFuertesComoElHierro en Villa
María del Triunfo superó la anemia



**228
voluntarios**

y 3,204 horas de
voluntariado



Emitimos 4.6

veces más pólizas
electrónicas que el 2018



**Más de 2.6
millones**

de emprendedores
protegidos



18,200

atenciones del Programa Tan
Fuertes Como El Hierro

3.3 Nuestros Productos

(GRI 102-2) (GRI 102-6)

Dividimos nuestra oferta de seguros en 4 categorías. Nuestros productos buscan brindar la cobertura necesaria para proteger la felicidad de cada segmento de nuestros clientes.

Seguros para familias



Seguros de salud



Seguros de vida y ahorro



Seguros de viaje



Seguros oncológicos



Seguros contra accidentes personales



Seguros de jubilación

Seguros para bienes



Seguros para autos



SOAT



Seguros de hogar

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 las
pymes**

Seguros para trabajadores



**Seguros de
salud EPS y
complementarios**



**Seguros de salud
EPS individuales**

Puede encontrar mayor información sobre
nuestros productos en nuestra página web:
www.pacificoseguros.com.pe

3.4 Nuestra Presencia

(GRI 102-4)

Contamos con oficinas en 10 departamentos del país; sin embargo, nuestra atención llega a 18 ciudades en 16 departamentos. Esto gracias a que nuestra red de clínicas y centros médicos supera los 350 establecimientos de salud en todo el país.



Más de 350 establecimientos de salud

gracias a nuestra red de clínicas y
centros médicos en todo el país.



Oficinas en 10 departamentos

nuestra atención llega a 18 ciudades
en 16 departamentos.



3.5 Nuestros canales de venta

Buscamos mejorar el acceso a nuestros productos constantemente para que nuestros clientes puedan satisfacer sus requerimientos de manera rápida y cómoda. Por ello ponemos a su disposición diversos canales de venta:

**Fuerza de
ventas propia**

**Corredores
de seguros**

**Banca seguros
a través de
nuestras
alianzas con
BCP y MiBanco**

**Plataforma de
e-commerce**

**Oficinas
propias**

**Vía
telefónica**

**Alianzas comerciales con compañías
de servicios públicos, clínicas y
concesionarios automovilísticos**

**Página
web**

Todos los profesionales que venden nuestros seguros han sido capacitados para acompañar y asesorar a nuestros clientes durante toda su experiencia en Pacífico, desde el primer contacto.

Asimismo, buscamos armonizar nuestros canales de venta propios y externos. Por ello contamos con una Política de Canales y un reglamento comercial que establecen el marco para prevenir conflictos de interés. Uno de los lineamientos principales es que los clientes que deseen renovar su póliza o adquirir nuevos productos sean atendidos por el mismo canal por el que se convirtieron en nuestros clientes.

3.6 Membresías y Asociaciones

Principales afiliaciones



Cámara de Comercio
Americana del Perú



Asociación Peruana de
Empresas de Seguros



Patronato de Perú 2021



Cámara de Comercio e
Industria de Arequipa



Asociación Peruana de
Entidades Prestadoras de
Salud



Cámara de Comercio
Peruano-Chilena



Cámara de Comercio
Canadá Perú



Asociación Nacional de
Anunciantes - ANDA



Pacto Mundial



Cámara de Comercio
Peruano Mexicana
Asociación Civil



Cámara Oficial de
Comercio de España en
el Perú

(GRI 102-13)

Aliados para iniciativas externas ambientales y sociales

Nombre del aliado	Tipo de Organización	Objetivo de la alianza	Inicio de la alianza
ONG Prisma	ONG	Organización que se encargó durante el 2019 de la ejecución en campo de nuestro proyecto de lucha contra la anemia #TanFuertesComoElHierro	2019
SANNA	Empresa	Prestadoras de salud del grupo y aliadas para el programa de lucha contra la anemia #TanFuertesComoElHierro	2019
Clínica San Felipe	Empresa		2019
Aliada Centro Oncológico	Empresa		2019
Laboratorio Precisa	Empresa		2019
Grupo RPP	Medios de comunicación	Aliado para campaña de comunicación de valor compartido de prevención de anemia Fuertes Contra la Anemia, y prevención de riesgos de la naturaleza e incendios Informados Estamos Preparados	2019
Aniquem	ONG	Recojo de materiales reciclados para beneficiar proyectos de la ONG	2015
Latam	Empresa	Organización y ejecución de campaña de salud con comunidad de impacto directo del cliente	2016
Lindley	Empresa		2017
Unacem	Empresa		2015
Miski Mayo	Empresa		2015
ONG Torre de Esperanza	ONG		2019
Danper	Empresa		2017
Unámonos	ONG	Donaciones	2015
PAMS - Peruvian-American Medical Society para el Perú	ONG	Donaciones	2012
Remar	ONG	Recojo de materiales reciclados para beneficiar proyectos de la ONG	2017
Instituto Nacional de Salud del Niño - San Borja	Hospital	Campaña de donación de sangre	2018
Backus	Empresa	Feria Creciendo por un sueño	2018
Entel	Empresa	Programa Reciclemos para transformar. enfocado en residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	2018

(GRI 102-12)

3.7 Premios y Distinciones

Premios y distinciones recibidos en 2019



BrandZ

Marcas más valoradas

8.º lugar



Merco Reputación Corporativa

13.º lugar



**XVI Encuesta anual de Ejecutivos de la
Cámara de Comercio de Lima**

Mejor entidad prestadora de salud (EPS)

1.er lugar

Mejor empresa de seguros personales

1.er lugar

Mejor empresa de seguros para empresas

1.er lugar



**Reaction's Latin American Insurance
& Reinsurance Award**

Andean Insurance of the Year

1.er lugar

Premios y distinciones recibidos en 2019



Perú 2021

Distintivo Empresa Socialmente
Responsable



International Business Magazine Awards

Mejor compañía aseguradora
del Perú



Global Banking & Finance Review

Mejor compañía
aseguradora del Perú



Finance Derivative Awards

Mejor compañía aseguradora
del Perú



4

Nuestro
performance
#SéPro

Nuestro performance #SéPro

4.1 Gobierno Corporativo

El buen gobierno corporativo fortalece la confianza entre accionistas, inversionistas, colaboradores y nuestros asegurados, así como otros grupos de interés. Para ello nos guiamos por nuestra Política de Gobierno Corporativo, que establece los lineamientos para el adecuado gobierno y control interno de la organización. Esta política está en línea con las políticas de gobierno corporativo de Credicorp y su correcta implementación y cumplimiento es responsabilidad de la División Legal y Prevención de Fraudes.

Órganos de gobierno

Contamos con una estructura de gobernanza compuesta por 3 órganos. Cada uno asume roles y responsabilidades claramente definidos.





Todos los accionistas de Pacífico Seguros y Pacífico Salud tienen a su disposición la Guía del Accionista, que establece sus derechos y compromisos.

• 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 realizamos juntas ordinarias dentro del primer trimestre de cada año, cuyas convocatorias se publican con un mínimo de 10 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.

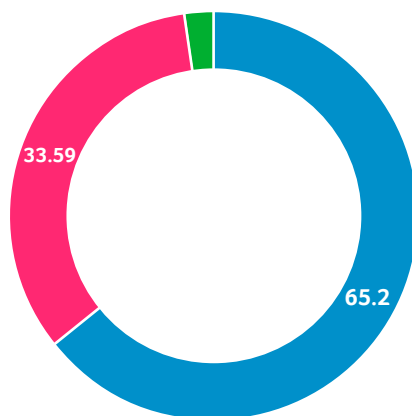
Además, en cualquier momento del año se puede convocar juntas generales extraordinarias para tratar asuntos no contemplados en la junta general ordinaria pero que requieren aprobación de los accionistas según los estatutos. Durante el 2019 realizamos una junta extraordinaria en Pacífico Seguros.

En el caso de Pacífico Salud, por decisión unánime de sus accionistas, realizamos juntas universales en vez de juntas generales ordinarias y extraordinarias. Esto quiere decir que no requerimos organizar una convocatoria, siempre que se encuentren presentes todos los accionistas o que estos estén debidamente representados.

Cabe mencionar que, por parte de Pacífico Seguros, en la junta obligatoria anual de accionistas celebrada el 26 de marzo de 2019 se acordó el aumento de capital social por capitalización de utilidades por S/ 14 millones.

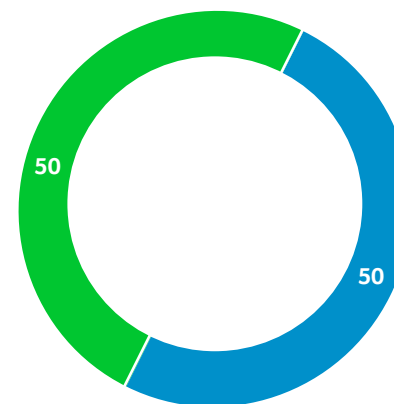
Accionistas de las empresas de Pacífico

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 %

• Directorio

El Directorio de Pacífico Seguros está conformado por 8 directores y 9 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; 3 de ellos son independientes.

En el Reglamento del Directorio describimos las funciones de los directores durante sus 3 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 8 directores, que asumen funciones y obligaciones similares a las del Directorio de Pacífico Seguros.

• Gerencia

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.

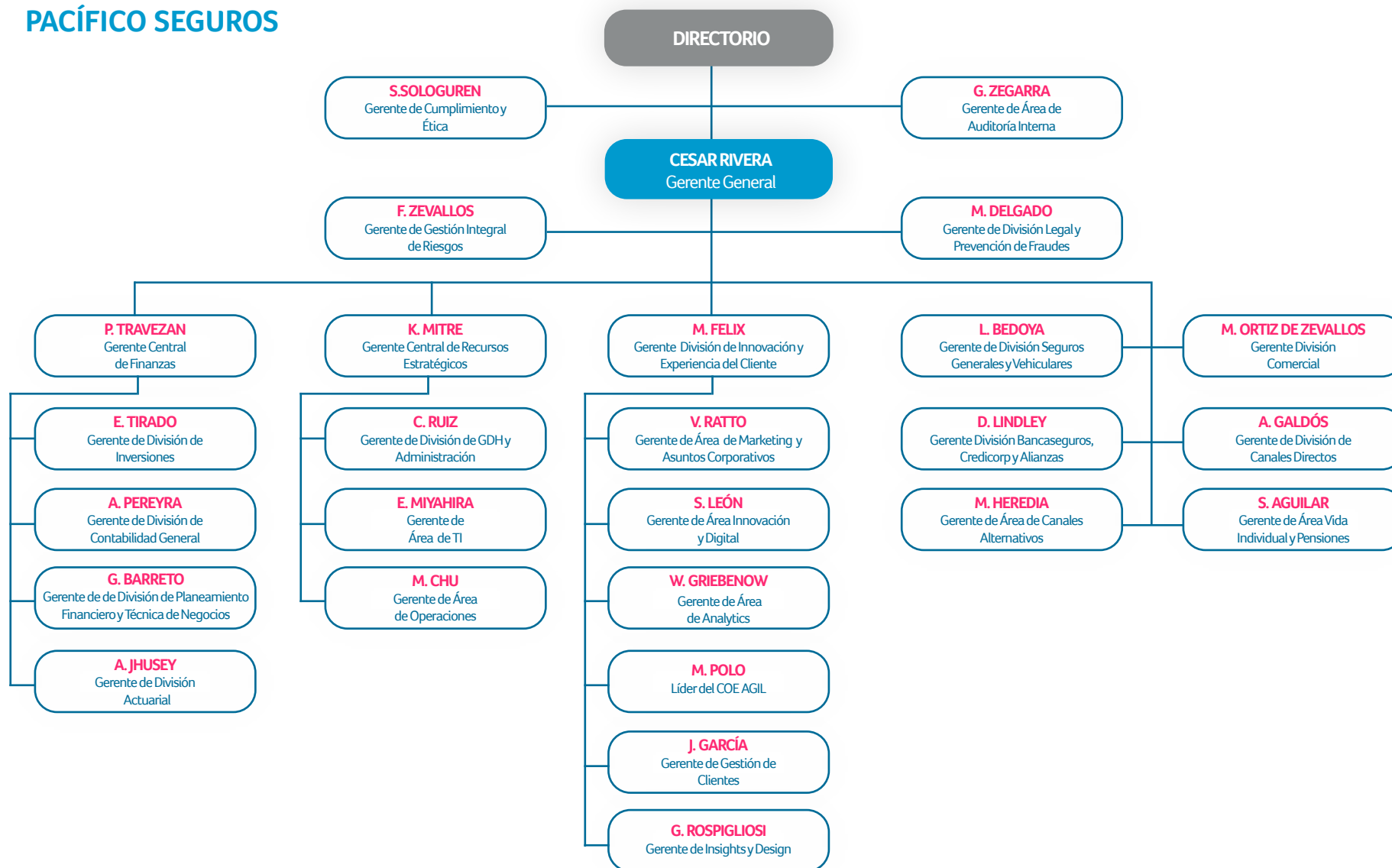
(GRI 102-18) (GRI 102-19) (Pacífico-3 Buen gobierno corporativo)

A continuación, describimos los organigramas de Pacífico Seguros y Pacífico Salud.



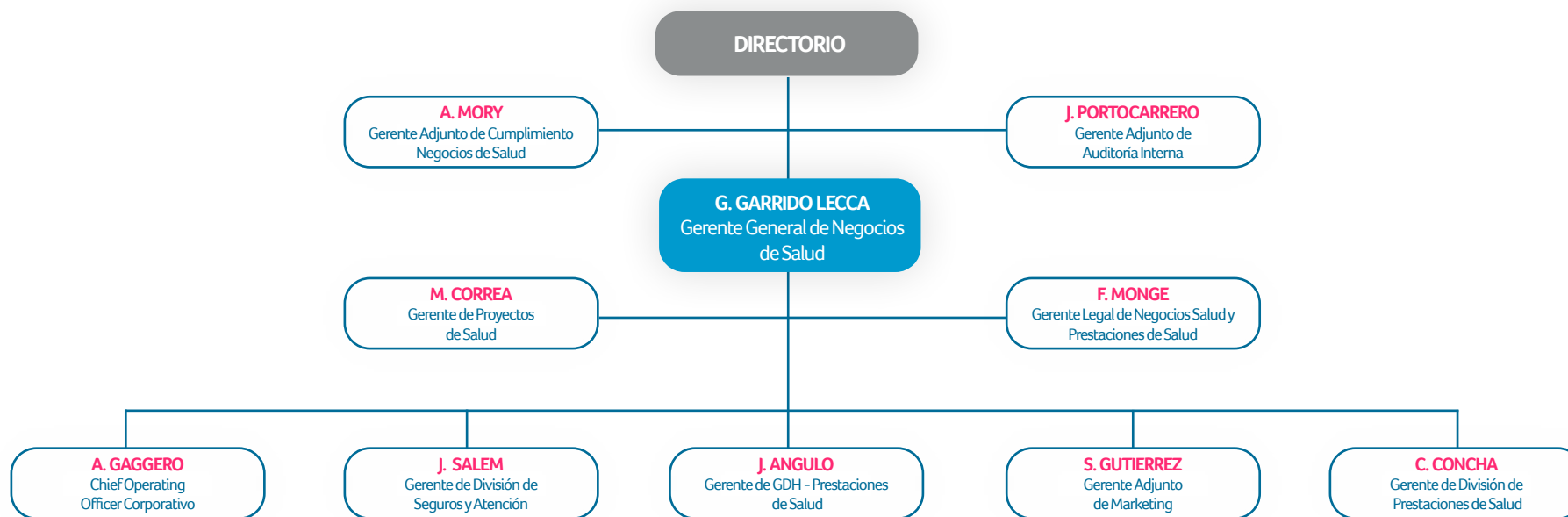
Organigrama de la organización

PACÍFICO SEGUROS



Organigrama de la organización

PACÍFICO SALUD





**Ascendieron
a S/ 10,506
millones**

nuestras inversiones
como Pacífico en el
2019.

4.2 Gestión del Desempeño Económico

El valor económico que creamos como compañía impacta de manera positiva en la dinamización de la economía nacional y aporta para consolidar un país más seguro. 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 4 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 sostenibles

La gestión de inversiones genera ingresos predecibles que nos permiten honrar las obligaciones contraídas con nuestros asegurados. Considerando esta condición, llevamos una gestión de inversiones prudente, enfocada en activos de largo plazo y bajo riesgo. La división de Inversiones es responsable de esta gestión, a través de un plan anual, el cual está alineado con la Política de Inversiones.

Ante nuevas inversiones, evaluamos a los emisores en cuanto a su gestión responsable económica, ambiental, social y de gobierno corporativa. Asimismo, nuestra política y procedimientos nos prohíben invertir en emisores con más de 10 % de sus ingresos provenientes de industrias como juegos de azar, casinos, alcohol, tabaco y armas.

En el 2019, nuestras inversiones como Pacífico ascendieron a S/ 10,506 millones. Entre las inversiones realizadas, debemos destacar la inversión en 2 instrumentos locales con criterios de sostenibilidad. El primero es el Bono Social de Innova Schools, el cual permitirá la inversión en nuevas escuelas, contribuyendo así al Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 Calidad de Educación. El segundo es el Bono Sostenible de Cofide, a través del cual el banco de desarrollo peruano brindará financiamiento para plantas de tratamiento de aguas residuales, vehículos alternativos y microempresas.

Desempeño económico

En el 2019 mantuvimos un crecimiento rentable y sostenible. Los principales objetivos financieros trazados en ese año consistieron en hacer crecer nuestras ventas y maximizar la rentabilidad a través de una mayor eficiencia en costos. Como Pacífico Grupo Asegurador alcanzamos una utilidad de S/ 468.7 millones, superando en 19.5 % los resultados registrados en el 2018. Al cierre del año, nuestra cartera de inversiones se valorizó en S/ 10,506 millones.

Para mayor información sobre nuestros resultados financieros, por favor consulta nuestra memoria anual del 2019.

Como Pacífico Grupo Asegurador alcanzamos una utilidad de S/ 468.7 millones, superando en 19.5 % los resultados registrados en el 2018.

Valor económico generado, distribuido y retenido en el 2019 en soles

	Pacífico Seguros	Pacífico Salud
Valor económico generado	2814'084,379.00	1108'227,544
Ingresos por ventas	2333'209,435.00	1092'278,588
Ingresos obtenidos de inversiones financieras	469'248,178.50	15'928,240
Venta de activos	11'626,765.70	20,717
Valor económico distribuido	834'972,297.60	1078'220,855
Costes operacionales	365'688,939.60	56'120,830.70
Salarios y beneficios de los empleados	191'378,236.30	53'823,082
Pagos a proveedores de capital	260'146,000.00	911'053,473
Pagos al gobierno	17'759,121.70	57'223,470
Valor económico retenido Precisa	1979'112,081.40	30'006,689.30

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

4.3 Gestión de Riesgos

Clasificamos los riesgos en 6 grandes categorías. Todas están controladas y vigiladas de manera permanente por nuestro equipo de profesionales de la división de Gestión Integral de Riesgos

(Pacífico-4 Gestión de riesgos)

Riesgos financieros

Son aquellos que están asociados a las variables que pueden comprometer la solvencia patrimonial de nuestra compañía y, por consiguiente, nuestra capacidad de honrar futuras obligaciones.

Riesgos de ética y cumplimiento

Son los que están vinculados 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.

Riesgos operacionales

Los relacionados con la ejecución de procesos, el funcionamiento de los sistemas, la conducta del personal y las condiciones u ocurrencias en el entorno. Desde el 2018 contamos con un área de Seguridad de Información, que es la principal responsable de la protección de datos de la compañía.

Riesgos políticos

Son riesgos difíciles de predecir y mitigar, a los cuales debemos adaptarnos. Entre ellos figura, por ejemplo, la disolución del Congreso.

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.

Riesgos ambientales

Riesgos relacionados a fenómenos naturales, que suponen una amenaza importante tanto para nuestros clientes como para nuestros negocios, como el caso del fenómeno El Niño.

Calificaciones de riesgo financiero en el 2019

Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A.		
Nombre de la institución	Rating 2018	Rating 2019
Fitch Ratings	BBB	BBB+
AM Best	A- Perspectiva Estable	A- Perspectiva Positivo
Moody's	Baa2	Baa2 con perspectiva positiva
Apoyo & Asociados	AAA(pe)	AAA(pe)

Pacífico Entidad Prestadora de Salud S.A.		
Nombre de la institución	Rating 2018	Rating 2019
Class & Asociados	AA+(pe)	AA+(pe)

Calificaciones de riesgos operacionales en el 2019

Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A.		
Ciberseguridad: exposición a agentes maliciosos, debido a plataformas fuera de soporte	40 %	25.96 %
Operacional: suscripción inadecuada en RRGG Mayoristas	Crítico bajo control	Crítico bajo control
Pacífico Entidad Prestadora de Salud S.A.		
Nombre de la institución	Rating 2018	Rating 2019
Ciberseguridad: exposición a agentes maliciosos, debido a plataformas fuera de soporte	40 %	25.96 %
Operacional: incumplimiento sancionado	Alto bajo control	Alto bajo control

Durante el 2019, se presentaron 2 hechos destacados en la gestión de riesgos:

- Consultoría de Ciberseguridad desarrollada por la Federal Financial Institutions Examination Council (FFIEC): Esta consultoría, basada en el marco de gobierno adoptado corporativamente, nos ha permitido identificar brechas y definir un mapa de trabajo para su implementación (hacia 2021).
- Prepublicación del nuevo Reglamento para la Gestión de la Continuidad del Negocio por la SBS: Nueva regulación presentada para alinear las prácticas de los sistemas financiero, de seguros y AFP al estándar internacional ISO 22301: Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio.

4.4 Gestión de la Cadena de Suministro

Nuestra cadena de suministro está conformada por proveedores de bienes como papel bond, impresiones, merchandising, vales de consumo y útiles de oficina. Asimismo, contamos con proveedores de servicios, como consultoría, logística, limpieza, refrigerio y producción de eventos. En 2019, las compras a proveedores superaron los S/ 14 millones y contamos con 35 proveedores recurrentes.

Nuestra área de Logística de Compras es la responsable de los procesos de compras, bajo la guía de la Política de Compra de Bienes y Servicios. Sin embargo, algunos productos y servicios son contratados a nivel de Credicorp para todas sus

empresas. Entre estos encontramos insumos y servicios de alta demanda como útiles de escritorio, servicios de impresión, folletería, papel bond y servicios de logística.

(GRI 102-9)

Nuestra área de Logística de Compras trabaja constantemente para simplificar los procesos, agilizar la atención a sus clientes internos y desarrollar relaciones comerciales mutuamente beneficiosas con los proveedores. Por ejemplo, nuestra política interna de pago a proveedores establece que el plazo máximo de pago de facturas es de 30 días.



Sostenibilidad en la cadena de suministro

Todos los proveedores con los que trabajamos son empresas peruanas que, en línea con nuestra Política de Compra de Bienes y Servicios, son evaluadas inicialmente sobre su capacidad técnica y financiera para trabajar con Pacífico. Adicionalmente a esa evaluación, en el 2019, junto con el área de Cumplimiento implementamos plataformas que permiten elevar el nivel de seguridad en la evaluación de proveedores.

Además, también consignamos en las fichas de registro a los accionistas de las empresas que trabajarán con nosotros, de manera que ellos también pasen los filtros respectivos de Cumplimiento.

Estas nuevas herramientas para la evaluación de proveedores complementan las existentes anteriormente que buscan prevenir riesgos económicos, sociales y ambientales en nuestra cadena de suministro. Todos los proveedores firman el Código de Ética Credicorp y se

comprometen a cumplir los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas sobre derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Nuestros contratos cuentan también con una cláusula de lucha contra la corrupción, y nuestro Gerente General envía cartas anualmente a los proveedores reforzando nuestra norma de que no recibimos obsequios o beneficios de otro tipo. Esto último se refuerza también del lado de nuestros colaboradores.

Los proveedores recurrentes son homologados anualmente por una compañía especializada. 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 caso de no alcanzar los requisitos mínimos, se les envía un informe con las oportunidades de mejora a emprender.

(Pacífico-5 procesos claros para proveedores)



4.5 Gestión Ética y Cumplimiento

Adoptamos 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.

La división de Cumplimiento de Credicorp es responsable de su administración, el diseño de las políticas, los procedimientos y los programas de cumplimiento que lo conforman. A nivel de Pacífico, los programas de cumplimiento son gestionados por el equipo de expertos de Pacífico Seguros y Pacífico Salud. En 2019, separamos las áreas de Cumplimiento para responder a las necesidades y riesgos particulares de cada una de las empresas del grupo.

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, detallamos las actividades desplegadas en el 2019 en cada programa:

Programa de Ética y Conducta

Sabemos que es necesario empezar por casa cuando se trata de estándares éticos. Por ello, todos nuestros directores y colaboradores están capacitados en el Código de Ética Credicorp y la Política Corporativa de Ética y Conducta, que son los documentos que establecen las normas de conducta e integridad profesional que deben de respetar y cumplir en el ejercicio de sus funciones dentro de Credicorp y sus subsidiarias. No toleramos comportamientos que violen o contraríen el Código de Ética Credicorp, la Política Corporativa de Ética y Conducta o sus normas complementarias.

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. El principal medio para reportar infracciones es el canal de integridad Alerta GenÉtica Credicorp, disponible en la página web de Credicorp (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, según 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 de que 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.

(GRI 102-17)

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.

¿Cómo lo hacemos? Implementamos los objetivos del programa a través de 3 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 2019:

- En Pacífico Seguros, mejoramos nuestros procesos para acercarnos más al negocio y apoyarlos en la correcta implementación de sus normas. Redefinimos los procesos para implementar normas nuevas, mejorando la categorización para minimizar riesgos, y el proceso de revisión de normas existentes, afinando la selección de las normas o procesos a revisar. Todo ello tomando en cuenta el impacto en el negocio y en nuestros clientes.

En el 2020, continuaremos con el acompañamiento a los usuarios responsables de las normas para asegurar el cumplimiento de toda la normativa aplicable.

- En Pacífico Salud, hemos realizado seguimiento y asesoría a las EPS y prestaciones de salud en la implementación de las normas correspondiente a la Ley de plásticos de un solo uso. Estos seguimientos se hicieron a través de planes de trabajo presentados por las EPS y prestaciones de salud.

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 a 100 dólares americanos y no influye en sus decisiones laborales. Si el regalo cumple este requisito debe ser registrado en las próximas 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 antisoborno del Reino Unido (UKBA).

En el 2019:

En Pacífico Seguros:

- *Actualizamos la Política Corporativa Anticorrupción con lineamientos específicos sobre la prohibición de contribuciones políticas, mejoras en los lineamientos de regalos y atenciones. Además, incluimos una nueva sección de relacionamiento con clientes, adherencia a la Ley peruana N.º 30424 que regula la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas por el delito de cohecho activo transnacional. Esperamos que esta actualización sea aprobada por el Directorio en enero de 2020.*
- *Revisamos información de toda la compañía y seleccionamos 5 procesos que, por su alta exposición a riesgos de corrupción, pasaron por una evaluación de riesgos específicos, así como por la identificación de controles actuales y un plan de acción para el establecimiento de nuevos controles que mitiguen dichos riesgos.*
- *Monitoreamos a proveedores de riesgo alto.*
- *Realizamos el curso virtual anual sobre temas anticorrupción con todos los colaboradores, así como el envío de historietas con ejemplos de casos de corrupción a través de comunicación por medios digitales.*
- *No se han confirmado casos de corrupción en nuestra organización.*

(GRI 205-3)

En Pacífico Salud:

- *Implementamos el Modelo de Prevención en concordancia con la Ley N.º 30424.*
- *Designamos a un Encargado de Prevención, aprobado por el Directorio y ratificado en los directorios de las prestaciones de salud.*
- *El Directorio aprobó las siguientes políticas para Pacífico Salud:*
 - o *Política de Prevención contra la Corrupción y el Soborno*
 - o *Política de Gestión de Conflicto de Interés*
 - o *Políticas de Debida Diligencia*
 - o *Manual del Modelo de Prevención*
- *Identificamos los posibles escenarios de riesgos de delitos conforme a lo indicado en la Ley N.º 30424 y realizamos acciones de mitigación de estos escenarios como, por ejemplo, capacitaciones para los colaboradores de Pacífico EPS y Prestaciones.*
- *Contamos con un aplicativo para realizar búsquedas y filtros previos a la contratación de terceros (colaboradores, proveedores, entre otros).*

Actualizamos la Política Corporativa Anticorrupción con lineamientos específicos sobre la prohibición de contribuciones políticas, mejoras en los lineamientos de regalos y atenciones.

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, el mismo 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 estereotipo de información y/o 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.

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.



En el 2019:

- Realizamos mejoras a nuestros procesos y controles internos sobre conocimiento del cliente, registro de operaciones e investigaciones.
- Continuamos asesorando al negocio y manteniendo capacitados a nuestros colaboradores con el fin de prevenir y mitigar los riesgos de lavado de activos en la compañía.
- Para asegurar el cumplimiento de las obligaciones realizamos 6 monitoreos y 2 auditorías al programa.

Programa de Protección de Datos Personales

Implementamos las medidas de protección de datos personales de los clientes en conformidad 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 Pacífico Salud:

- Actualizamos el banco de datos y flujos transfronterizos.

(GRI 418-1)

En el 2019:

En Pacífico Seguros:

- La Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales emitió la Guía Práctica para la Observancia del Deber de Informar con el objetivo de orientar a las empresas que realizan tratamiento de datos personales sobre cómo dar cumplimiento al derecho-deber de información establecido en el artículo 18 de la Ley de Protección de Datos Personales.
- La autoridad también emitió la prepublicación del proyecto de Directiva para el Tratamiento de Datos Personales Mediante Sistemas de Videovigilancia. Este proyecto de directiva tiene como objetivo establecer disposiciones para el tratamiento de datos personales captados mediante sistemas de videovigilancia con fines de seguridad y control laboral.
- Realizamos esfuerzos para actualizar las cláusulas corporativas de protección de datos personales, de manera que se alineen a las últimas disposiciones regulatorias, así como también a la nueva guía de deber de información emitida por el regulador. En el 2019 generamos una nueva cláusula de PDP, la cual incluye la aceptación expresa del cliente. Estamos realizando el despliegue progresivamente.
- Brindamos asesoría y soporte por todos los frentes del programa a las unidades de negocio para viabilizar iniciativas de creación o modificación de productos, servicios, procesos y canales.
- Hemos modificado el proceso de captura y registro del consentimiento en Pacífico Seguros. Esto debido a las fiscalizaciones de la APDP y el Indecopi, y a nuestro enfoque en los clientes, quienes ahora son más conscientes del derecho a no brindar su consentimiento en el contacto inicial. Cocreamos este proceso con las áreas impactadas y los equipos de sistemas, a través de talleres de trabajo. En 2020 trabajaremos en la implementación del mismo.
- Realizamos una capacitación presencial a los canales de atención y a la unidad de Operaciones sobre los Derechos Protegidos y la atención de los mismos, enfocándonos en casos prácticos que ayuden a reconocer e interpretar los derechos que busca ejercer cada cliente y reforzando el proceso y los plazos de atención.
- Atendimos los requerimientos regulatorios de registro de banco de datos personales y comunicación de flujos transfronterizos.



A través de la campaña Asesora Responsable, nos aseguramos de que nuestros asesores brinden un correcto asesoramiento a nuestros clientes.

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 una transparencia en la información que le brindamos. A través de la campaña Asesora Responsable, nos aseguramos de 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.

En el 2019:

- Actualizamos el Manual de Transparencia y del Sistema de Atención al Usuario. Sin embargo, debido a un cambio en la regulación aplicable, publicamos el Manual para la Gestión de Conducta de Mercado en diciembre del 2019 con las modificaciones correspondientes. En ese mismo mes, publicamos la Política de Conducta de Mercado.
- Realizamos un Curso Virtual de Inducción dirigido a 1,572 nuevos colaboradores. También un Curso Virtual de Actualización I, dirigido a 3,207 colaboradores. Cabe mencionar que 1,654 participantes de aquel último curso pertenecen al front office. Finalmente, impartimos el Curso Virtual de Actualización II, que estuvo dirigido a 3,253 colaboradores, de los cuales 1,792 son del front office.
- Realizamos 4 charlas sobre regulación relacionada a conducta de mercado dirigidas a colaboradores de las distintas unidades a través del programa de capacitación denominado Escuela de Seguros, que impartimos al interior de la organización. Contamos con la participación de 173 colaboradores. También realizamos una capacitación a 12 colaboradores del equipo de Reclamos acerca de la correcta tipificación de reclamos.
- Verificamos y revisamos el cumplimiento de normas vigentes relacionadas a la transparencia de información y al sistema de atención al usuario a través de la metodología de cliente incógnito. Realizamos 20 actividades de monitoreo durante el año.



Programa de Transparencia Fiscal

Tomando como marco de referencia la Ley de Fiscalización de Cuentas Extranjeras (Fatca por sus siglas en inglés), 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 2019:

- Gestionamos los programas de intercambio de información tributaria de las regulaciones FATCA y CRS en todas las empresas financieras de Credicorp. Con la publicación del Decreto Supremo N.º 256-2018-EF a finales de 2018, entró en vigor la regulación CRS (estándar común de reporte) que forma parte de los requisitos del programa País para que la OECD otorgue el estatus de miembro pleno al Perú. Esta regulación exige que todas las entidades financieras recopilemos información de la residencia fiscal de los clientes a partir del 1 de enero de 2019.
- Desplegamos todas las actividades asociadas a las fases I y II de CRS.
 - Para la fase I, organizamos mesas de trabajo con diferentes áreas e implementamos controles en las solicitudes de seguro de los productos impactados (seguros de vida que ofrecen rendimientos).
 - Para la fase II (asociada a revisar a los clientes de alto valor del stock) realizamos acciones a través del área comercial y desplegamos el 100 % de solicitudes de residencia fiscal al grupo objetivo de esta fase, dentro del plazo establecido por la Sunat (31/12/2019). En el 2020, continuaremos con las acciones para la implementación de la fase III (envío del reporte CRS a la Sunat en el mes de mayo) y la fase IV (revisión de otros grupos de clientes naturales y todos los clientes jurídicos del stock al 31/12/2020).

Aliados de cumplimiento

En el 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. Ellos 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. Ejercen un importante papel para la identificación de fallas en nuestros programas. En 2019 contamos con 15 nuevos aliados.

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 2019 continuamos con las capacitaciones virtuales y presenciales para impulsar en toda la organización un comportamiento satisfactorio. El 96 % de los colaboradores de Pacífico Seguros participó en las capacitaciones virtuales y el 95 % del personal de Pacífico Salud. Asimismo, en Pacífico Seguros enviamos 22 comunicados de refuerzo y en Pacífico Salud, 10 relacionados con las políticas, procedimientos y aspectos vinculados con los programas de prevención.





5

Transformación
#SéSoñador

Transformación #SéSoñador

En Pacífico nos encontramos en un proceso de transformación cultural, de *mindset* y organizacional.

¿Por qué transformarnos?

Hemos visto cómo el mundo cambia de la mano de las nuevas tecnologías y cómo estas han reconfigurado la manera en la que interactuamos y nos relacionamos. Ello aplica para las relaciones entre personas, pero también para las empresas y su vínculo con la sociedad. Esto nos ha llevado a buscar una manera diferente de hacer las cosas para mantenernos vigentes y a la altura de las exigencias y necesidades de estos tiempos.

Ello, a su vez, es una manera de recordarnos la gran responsabilidad que tenemos a nivel social. En nuestro país son pocas las personas que cuentan con un seguro y se encuentran protegidas ante alguna eventualidad. Por ello buscamos crecer e impactar.

Asimismo, reconocimos que las nuevas formas de trabajar generan mayor valor para las empresas y para sus colaboradores y clientes. Deseamos ser también más atractivos para los mejores talentos y ofrecer lo mejor a nuestra gente.



Historia de transformación

- Desde 2016 identificamos iniciativas de transformación, aunque de manera dispersa. Es así como al final de ese año e inicios de 2017, planteamos el proyecto Visioning, un punto de partida para proyectar la transformación.
- La visión nos hizo entender que necesitábamos un espacio para experimentar, aprender y reaprender. Es así como nace La Chakra en marzo de 2017, el laboratorio digital y de innovación de Pacífico, con la misión de poner al cliente en el centro de las decisiones.
- Así nacieron soluciones en sintonía con las nuevas necesidades de los clientes, otros equipos, fuera de La Chakra, se sumaron también a la búsqueda de espacios de cocreación.
- En 2018, entendimos que la transformación no era solo digital, sino que debía darse en toda la organización. Así, definimos 4 frentes de transformación:
 - Cultura: Nos permitió detenernos a pensar en el equipo humano que da vida a nuestra organización. Es nuestro equipo el que nos permite impulsar los cambios y cumplir las metas que nos proponemos. Por eso rescatamos juntos ese motor que nos mueve a diario, dándole vida a nuestro nuevo propósito: Protegemos la felicidad de las personas.



- Norte: En el 2019 empezamos a medirnos con una nueva metodología (*Objectives and Key Results*), con resultados potentes que saltan a la vista. Hoy toda la organización sabe nuestros principales objetivos al 2021 y cuáles son los resultados clave para conseguirlos. Y cada área planea estratégicamente su trabajo para responder a ellos.



- **Habilitadores:** Definimos cuáles eran las habilidades que debíamos crear y desarrollar para convertirlas en ventajas competitivas que nos dejaran listos para dar el siguiente paso en nuestra transformación.



- **Frente Organización:** En 2019 se formó la Chakra 2.0 , pasando de 3 a 11 células con enfoque ágil, que trabajan de la mano de la nueva Gerencia de TI Digital.
- Es así como llegamos a la necesidad de definir un nuevo propósito que guíe al equipo de Pacífico.

(GRI 102-10) (Pacífico-11 Nuestra transformación)

5.1 La Chakra 2.0

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. Se trata de nuestro laboratorio de innovación enfocado en el cliente, donde desarrollamos iniciativas que promueven el cambio y crean nuevas formas de generar valor para nuestros clientes. Aquí instalamos 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 y diferenciada.

Todos los procesos de diseño en La Chakra se basan en investigaciones sobre las necesidades, inquietudes y motivaciones de los clientes. Para realizamos un trabajo de campo que implica conversar con el cliente y sumergirse en su realidad. Sobre la base de los hallazgos realizamos un ejercicio de ideación a fin de seleccionar aquellas ideas que mejor resuelvan un determinado problema. Luego, traducimos las ideas se traducen en prototipos, que probamos 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 cierre de 2019, 11 células de innovación operaron en este marco. En La Chakra trabajamos bajo el Marco Chakrero, que está compuesto por distintas premisas de trabajo en conjunto, cuya base fundamental es el concepto de agilidad.



La Agilidad

La agilidad/agile es un modelo de trabajo que plantea un cambio de mentalidad en el equipo de trabajo. Es un método de continua exploración, adaptación, aprendizaje y mejora, que a partir del desarrollo evolutivo e incremental busca obtener el producto, servicio o resultado más adecuado de la mejor manera posible. Todo siempre basado en la colaboración, la confianza y la motivación de las personas involucradas.

En La Chakra, trabajamos bajo este *mindset* ágil, compuesto por un conjunto de valores, principios y prácticas que ayudan a Pacífico a transformarse.

Células en La Chakra

Nombre de la célula	Descripción del propósito de la célula y las actividades que desarrolla	Proyecto	Principales Resultados
Delorean y Shield	Incrementar exponencialmente la venta digital a través de <i>e-commerce</i> para venta directa a clientes	Impulsar el desarrollo de los <i>e-commerce</i> , para venta directa y <i>worksite</i> corredores	S/ 7.7 millones en primas emitidas durante el 2019
Chasqui	Logar que la mayoría de las consultas y requerimientos postventa del corredor sean gestionados por este mismo	Desarrollo de endosos digitales en Portal de Corredores	5 flujos de endosos implementados en el 2019
Prisma	Lograr que los clientes puedan autogestionar gran parte de sus solicitudes y requerimientos.	Desarrollar la plataforma Mi Espacio Pacífico	+121 mil solicitudes y requerimientos autogestionados en el 2019

Células en La Chakra

Nombre de la célula	Descripción del propósito de la célula y las actividades que desarrolla	Proyecto	Principales Resultados
Ayllu	Aumentar mil clientes pyme a través del canal MiBanco	Desarrollar plataforma digital para asesoría sobre seguros para MiBanco Torito	Aumentar en 6.87 % la efectividad de venta sobre usuarios desplegados
FAMA	Incrementar la venta digital en el negocio de autos a través del BCP	Desarrollar piloto Seguro de Auto con Devolución	+29 ventas dentro del piloto
Anahatta	Construir relaciones más cercanas y humanas con nuestros clientes en el período de silencio	Desarrollo de programa de Beneficios	Aumentar en 7 % la satisfacción de clientes que participaron del piloto
Quick Wins	Transformar los procesos de PGA dándoles foco en el cliente, para así aumentar su satisfacción	Rediseñar proceso de atención de reclamos	Aumentar en 11 % la satisfacción en el <i>journey</i> de reclamos

Principales actividades 2019

Simplificando Experiencias

Es un concurso dirigido a todos los colaboradores de Pacífico. El objetivo es fomentar que los colaboradores generen ideas sobre cambios en la compañía con el uso de nuevas metodologías de trabajo, que impacten positivamente en la experiencia de nuestros clientes.

ChakraTalk

Charlas mensuales de innovación dirigidas a los colaboradores, donde tenemos como invitados a personas de distintas especialidades, para que compartan con nosotros su experiencia y así nos inspiren, contagien y enseñen. Realizamos 5 charlas en las que participaron 155 personas.

Puertas Abiertas

Es un evento que realizamos abierto a todo Pacífico. El objetivo de este evento es que los colaboradores puedan conocer sobre La Chakra, cómo nace, lo que hace el laboratorio, las formas de trabajo y el estatus de cada célula. Asistieron 70 personas.

Programa Semillas

Planteamos este programa como objetivo central el intercambio de conocimientos, en el que La Chakra se beneficia por contar con alguien de Pacífico en los proyectos para resolver dudas pero donde también generamos una oportunidad para aprender nuevas metodologías y herramientas que les servirán a los colaboradores para transformar las formas de trabajo en Pacífico.

(Pacífico-2 Transformación digital)





6

Nuestro enfoque
en el cliente
#SéHumano



COPA PACÍFICO
2019

Nuestro enfoque en el cliente #SéHumano

No hay aspiración más humana que la búsqueda de la felicidad. Sin embargo, existen imprevistos que pueden interrumpir nuestro camino a esta. Y creemos de manera ferviente que nadie debe enfrentar solo los problemas que se derivan de esos imprevistos. Por ello, nuestro trabajo y motivación es desarrollar soluciones que les permitan a las personas superarlos y así puedan continuar con su propia búsqueda de la felicidad y disfrutar de los maravillosos momentos que la vida nos trae.

6.1 Satisfacción de nuestros clientes

Queremos conocer y entender mejor a nuestros clientes para tenerlos más contentos y satisfechos. Es por eso que en 2019 cambiamos la metodología para la medición de la satisfacción. Hasta 2018 medimos la satisfacción transaccional de nuestros clientes vía telefónica, es decir, la satisfacción después de que han hecho uso de nuestros seguros. Desde 2019 utilizamos encuestas en línea que miden cómo califican su relación con nosotros, más allá de que haya habido un punto de contacto específico.

63%

Satisfacción
promedio 2019

60%

Meta 2019





En el 2018, la satisfacción que alcanzamos fue de 81 %, pero esta cifra no puede compararse con la medida en 2019, debido al cambio de metodología. Entre los principales factores que han contribuido al nivel de satisfacción alcanzado en el año, encontramos los siguientes.

- **Mejora en la atención de reclamos:** Revisamos y optimizamos el proceso de reclamos. Esto logró elevar la satisfacción transaccional de este medio.

- **Mejoras en el call center:** Este medio concentra el 80 % de las atenciones de requerimientos y consultas. El desempeño en las atenciones de este medio de contacto mejoró en los últimos 4 meses del año.

- **Mejora del relacionamiento:** En 2019 trabajamos en una estrategia de relacionamiento que incluye acciones puntuales de fidelización y el lanzamiento de un aplicativo personalizado para los clientes.

- **Canal de venta de e-commerce:** Incrementamos los productos que nuestros clientes pueden comprar a través de este canal. Esta plataforma mantuvo un alto desempeño en la experiencia del cliente.

(Pacífico-6 Satisfacción del cliente)

6.2 Información clara y transparente

Estamos comprometidos a brindar información clara y directa a todos nuestros clientes, sin tecnicismos confusos sobre las condiciones y las coberturas de los productos que contratan.

ABC del Seguro

El lenguaje de seguros tiene términos técnicos que pueden resultar difíciles de comprender. Por ello, continuamos con el portal ABC del Seguro, el cual orienta a nuestros clientes y público en general sobre los seguros y comunica los beneficios de contar con su respaldo.

A través del portal, entregamos material de distinto tipo como videos, infografías, artículos, explicaciones, testimonios, consejos y un diccionario con los términos más usados en el rubro de asegurador. Desarrollamos estos contenidos sobre la base de casos reales y recurrentes identificados en el área de Reclamos.

Nuestro objetivo en 2019 fue concientizar a 2 millones de personas. Esta cifra fue sobrepasada, alcanzando más 2'159,109 sesiones. Es importante destacar que la duración media de la sesión fue de 1 minuto con 30 segundos. Esto nos dice que el contenido del portal fue atractivo y de interés para las personas que accedieron.

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.

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 cumpla 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).



2 millones de personas

concientizadas a través de nuestro portal ABC del Seguro

(GRI 417-1)

6.3 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 cuenta de Facebook. En el 2019 continuamos enfocados en crear canales de consulta más sencillos, que faciliten la autogestión de nuestros clientes, por ejemplo, a través de la aplicación Mi Espacio Pacífico.

Canales formales de consultas y requerimientos

- **Call center: 513-5000**
- Plataformas de atención de todas nuestras oficinas a nivel nacional
- Correo electrónico:
servicioalcliente@pacificovida.com.pe
- Correo electrónico:
atencionalcliente@grupopacifico.com.pe
- Chat corporativo (página web):
<https://www.pacifico.com.pe/>
- Mi Espacio Pacífico (MEP) – Aplicación web

Canales de reclamo

Brindar una atención eficaz a los reclamos que recibimos de nuestros clientes es una prioridad para nosotros. Un reclamo es una solicitud en la que el cliente manifiesta su disconformidad con el producto adquirido o la atención recibida. Frente a ello contamos con los siguientes medios a través de los cuales nuestros clientes pueden contactarnos.

Canales formales de reclamo

- **Call center: 513-5000**
- **Página web:**
<https://www.pacifico.com.pe/libro-de-reclamaciones>
- Plataformas de atención de todas nuestras oficinas a nivel nacional
- Correo electrónico:
servicioalcliente@pacificovida.com.pe

En 2019 recibimos 11,230 reclamos a través de nuestros canales formales, una ligera reducción de 1.9 % con respecto del año 2018. El tiempo promedio de resolución de los reclamos es de 6-7 días útiles, por debajo de los 30 días útiles establecidos por Susalud o los 30 días calendario establecidos por la SBS.

Atención de reclamos en 2019

Tipo de seguro	Número de atenciones	Número de reclamos recibidos	Número de reclamos fundados	Número de reclamos infundados	Número de reclamos resueltos	Ratio de reclamos/ atenciones
Seguros generales	17,900,736	10,114	3,117	7,157	10,274	0.06%
Seguros EPS	3,551,381	1,116	189	940	1,129	0.03%
Número total	21,452,117	11,230	3,306	8,097	11,403	0.05%

En el caso de salud, hemos mantenido una reducción sostenida en el ratio de reclamos sobre atenciones. Redujimos este ratio en 45 % entre 2016 y 2019. Esto es particularmente importante porque refleja el avance del modelo de acompañamiento, asesoramiento y respuestas oportunas a nuestros clientes de salud.

El modelo distingue 3 niveles de atención. Para las consultas más simples, incentivamos la autogestión a través de los canales virtuales o el call center. Para el segundo nivel de complejidad, contamos con plataformas de atención en clínicas, donde nuestros ejecutivos orientan a nuestros asegurados en sus necesidades en momento críticos de salud.

En el segundo nivel existen 2 unidades de consejería: por un lado, está la Unidad de Consejería para Atenciones en el Extranjero, que guía a nuestros clientes en el uso de sus pólizas de viaje. Por otro lado, contamos con la Unidad de Consejería Oncológica que ponemos a disposición de los pacientes de seguros oncológicos desde el inicio de su tratamiento.

Finalmente, el tercer nivel responde a casos complejos de salud, que no pudimos atender por los canales de los niveles anteriores. En todos los casos, nuestro objetivo es que nuestros clientes de salud puedan hacer uso de sus seguros de forma que puedan concentrarse en la recuperación de su bienestar.

6.4 Los corredores de seguros

Los corredores de seguros son socios estratégicos de nuestro negocio. Son un canal fundamental para la comercialización de nuestros productos y, en consecuencia, contribuyen sustancialmente al éxito de nuestra compañía. En 2019 trabajamos con 1,515 corredores en todo el país.

Estamos convencidos de que un corredor satisfecho brindará una atención excelente a nuestros 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 3 frentes: comunicación fluida y clara, gestión de desarrollo y mediciones anuales de satisfacción.

Comunicación fluida y clara

Contamos con diversos medios de comunicación para mantener el contacto con nuestros corredores y proveerles la información que necesitan. Entre estos está una central telefónica especializada, la cual se dedica a resolver sus consultas.

En 2019 impulsamos el uso de la plataforma virtual Somos Corredores. Esta plataforma contaba con información de seguros generales y, en 2019, añadimos la información de EPS y Vida, por lo cual ya brindamos una experiencia total de nuestros productos. Adicionalmente, a través del portal, el corredor ya puede realizar algunas transacciones de postventa, como los endosos.

Desde el 2017 empleamos un indicador que mide el porcentaje de actividades que el corredor ha podido realizar en este portal sin la intervención directa de ejecutivos de nuestra compañía. Los resultados demuestran que nuestros esfuerzos han dado importantes frutos: entre el 2018 y el 2019 logramos incrementar este indicador de 67 % a 75.4 %.

En el 2019, alrededor del 90 % de las pólizas modulares de autos ya se emiten a través del servicio de emisión en línea que se encuentra en el portal Somos Corredores. Esto genera eficiencia al corredor y un servicio más rápido y ágil al cliente.

Desarrollo de capacidades y conocimientos

Queremos promover nuevas ideas, pero también debemos gestionar nuevos aprendizajes. Durante el 2019, brindamos charlas y cursos de capacitación como parte de nuestro programa de desarrollo Campus. Este abarca 4 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 5 conferencias a las cuales asistieron 64 personas.

Programa de actualización

Proporciona 9 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 7 meses y fueron seguidos por 59 personas.

Capacitación continua

Periódicamente brindamos, a los corredores, capacitaciones enfocadas en productos específicos. Están a cargo de corredores expertos en cada tema. Durante el 2019, hubo 6 eventos de capacitación que beneficiaron a 280 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.

(Pacífico-7 Corredores)



7

Colaboradores
#SéCompañero

Colaboradores #SéCompañero

El compromiso y el buen desempeño de nuestros colaboradores son los fundamentos de nuestro éxito como compañía. A través de nuestra área de Gestión y Desarrollo Humano, buscamos atraer a los mejores talentos y brindarles un ambiente laboral óptimo para que desarrollen su máximo potencial personal y profesional.

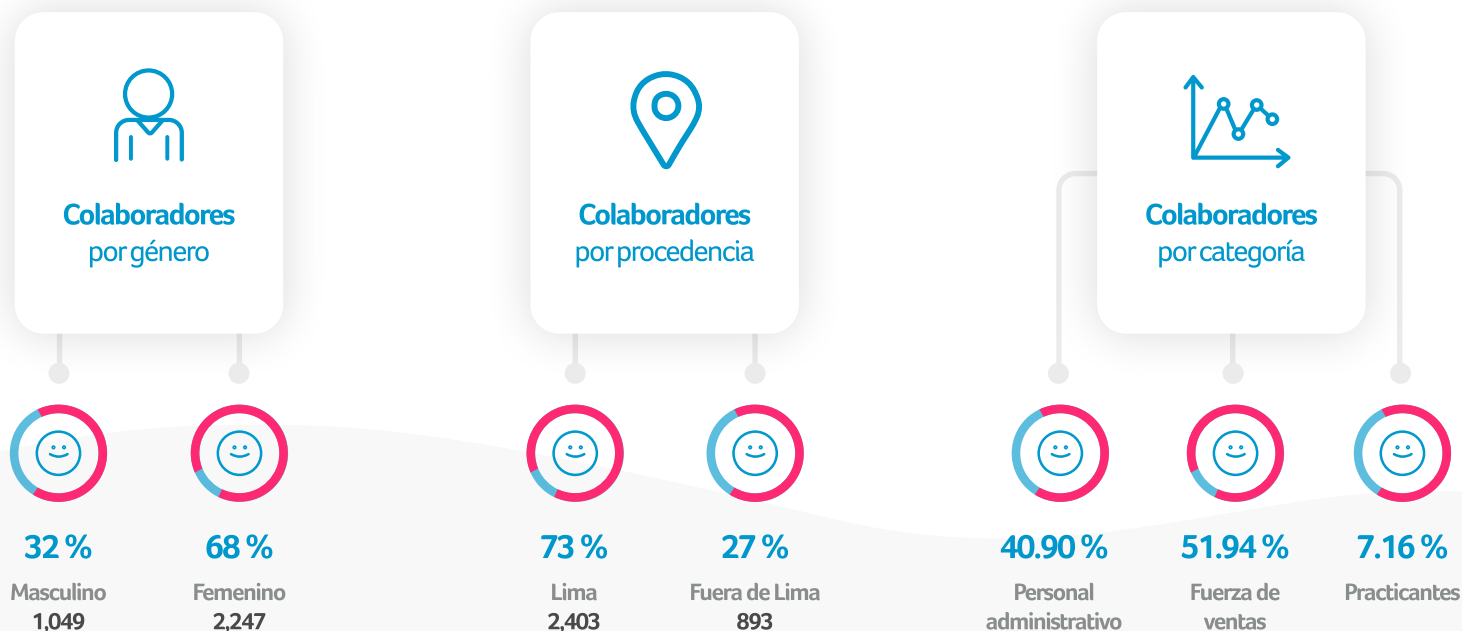
7.1 Nuestro equipo

Hemos culminado el 2019 con 3,296 colaboradores, 5.6 % menos que al cerrar 2018. Nuestro equipo está conformado en un 68 % por mujeres y 32% por hombres, y la mayoría de ellos trabaja en Lima. Todo nuestro equipo cuenta con un contrato laboral permanente sobre la base de jornadas completas. No contamos con un sindicato ni tenemos convenios de negociación colectiva vigentes

Nuestro equipo está conformado en un 68 % por mujeres y 32% por hombres.

(GRI 102-7) (GRI 102-8) (GRI 102-41)





Distribución de Mujeres

Indicador de Diversidad	Porcentaje
Cuota femenina de la fuerza laboral total	68%
Mujeres en todos los puestos directivos	43%
Mujeres en puestos de gestión junior	44%
Mujeres en puestos de alta dirección	32%
Mujeres en puestos gerenciales en funciones generadoras de ingresos	68%

Rotación y permanencia

Durante el 2019, 184 personas se unieron a nuestro equipo, mientras que 185 cesaron su relación laboral con nosotros. El principal motivo de la desvinculación fueron las renunciaciones voluntarias, principalmente entre nuestros colaboradores de fuerza de ventas. La tasa de rotación estimada fue de 6 %.

(GRI 401-1)

Contrataciones y ceses en 2019

Desglose		Contrataciones	Tasa de nuevas contrataciones	Ceses	Tasa de nuevas rotación
Edad	< 30 años	108	3.32 %	56	1.72 %
	30 - 50 años	75	2.31 %	107	3.29 %
	> 50 años	1	0.03 %	22	0.68 %
Género	Femenino	100	3.08 %	102	3.14 %
	Masculino	84	2.59 %	83	2.55 %
Región	Lima	182	5.60 %	157	4.83 %
	Provincias	2	0.06 %	28	0.86 %

Absentismo Laboral

Tasa de Absentismo	Año 2019
% del total de días programados	1.42
Porcentaje de Empleados	46.13

7.2 Línea de carrera

Buscamos atraer y conservar a los mejores talentos. Por ello, ofrecemos una línea de carrera a todos nuestros colaboradores que demuestren compromiso con los objetivos de la compañía y un buen desempeño laboral. Cada semestre, los colaboradores de los puestos administrativos y de gerencia que laboran a plazo indeterminado o a plazo fijo participan en el proceso de evaluación de desempeño. Este proceso consiste en 3 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 de 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 2019, todos los gerentes y subgerentes y todo el personal administrativo participaron en las evaluaciones de desempeño y de la evolución de su carrera.

Número y porcentaje de colaboradores que ha recibido una evaluación periódica de su desarrollo y de la evolución de su carrera en el 2019, desglosado por género y categoría laboral

(GRI 404-3)

Categoría laboral	Número de hombres y mujeres que ha recibido evaluación periódica de su desarrollo			Porcentaje de hombres y mujeres que ha recibido evaluación periódica de su desarrollo		
	Número de hombres	Número de mujeres	Total	% de hombres (del total de hombres en la categoría laboral)	% de mujeres (del total de mujeres en la categoría laboral)	% total (del total de colaboradores en la categoría laboral)
Gerentes y subgerentes	104	72	176	100 %	100 %	100 %
Personal administrativo	427	578	1,005	100 %	100 %	100 %
Total	531	650	1,181	100 %	100 %	100 %

Realizamos los procesos de promoción en función de los resultados de la evaluación de desempeño individual del colaborador, y los desarrollamos respetando la igualdad de oportunidades. En conformidad con nuestra política de revisión salarial, evaluamos el sueldo del colaborador cada 2 años para ponderar un posible aumento y/o ascenso. En el 2019 ascendimos a 148 colaboradores, de los cuales el 43 % fueron hombres y el 57 %, mujeres. También aumentamos el sueldo a 460 personas. De ellos, el 43 % fueron mujeres y el 57 %, 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 externo de la empresa, primero consideramos el perfil de nuestros colaboradores. En el 2019, el porcentaje de convocatorias cubiertas de forma interna fue de 31 %.

7.3 Capacitación y entrenamiento

Sin crecimiento no hay bienestar. Es por ello que el crecimiento profesional de nuestro equipo es una de las inversiones más importantes que realizamos. En el 2019, desarrollamos 2 nuevas iniciativas que ayudaron a nuestro equipo a alcanzar un promedio 13.15 horas de capacitación.

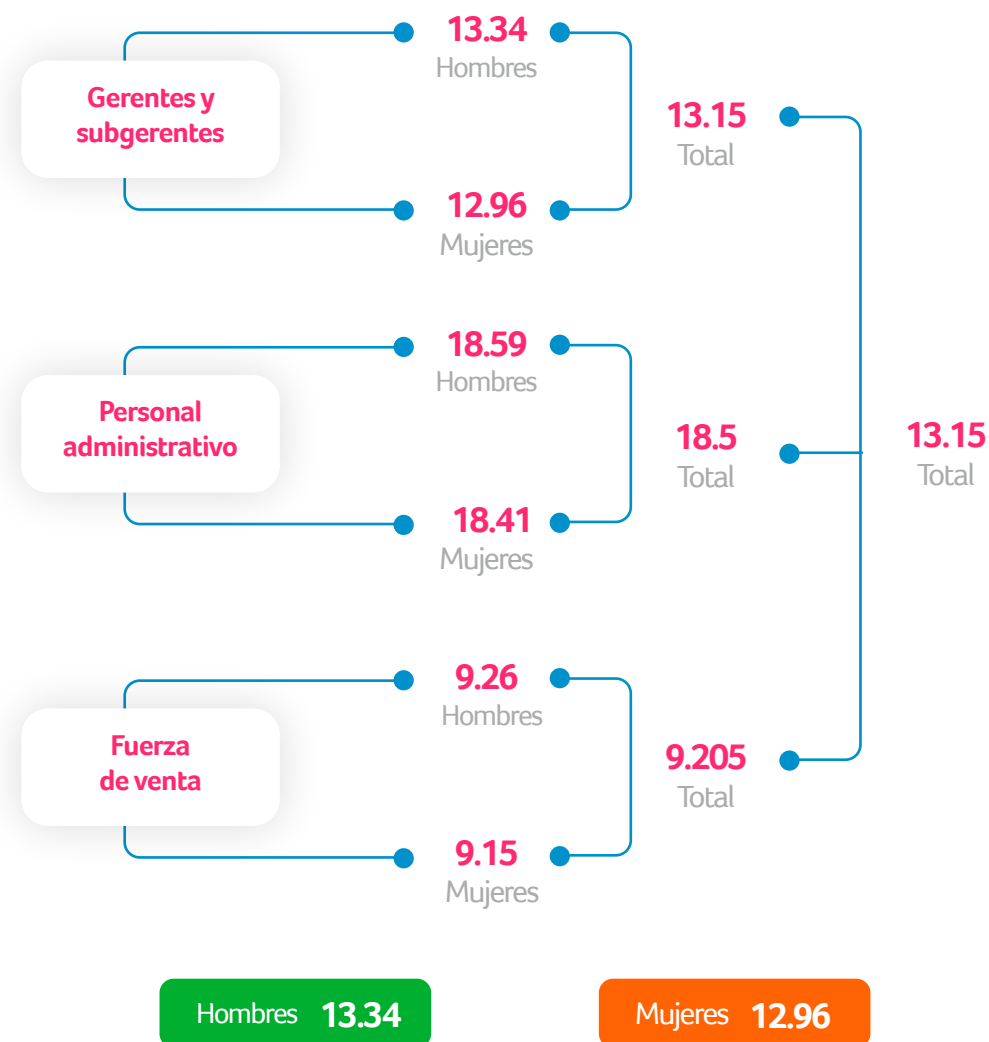
Escuela Líder Pacífico

En abril del 2019, implementamos la Escuela Líder para gerentes, subgerentes y jefes. Su objetivo es desarrollar, fortalecer y mejorar las competencias para ser un líder e influir desde su posición. Además, busca que los participantes repliquen las herramientas recibidas con sus equipos, de manera que todos hablen el mismo lenguaje. Todo alineado a nuestro propósito y principios.

Capacitación virtual para la fuerza de venta

A mediados de año, empezamos a desarrollar capacitaciones para la fuerza de ventas en modalidad virtual. Esta nueva modalidad nos permitió incrementar el promedio de horas de capacitación al asesor y realizar capacitaciones a todas las sedes a nivel nacional.

Horas de Formación promedio (GRI 404-1)



7.4 Clima Laboral

Queremos a los colaboradores más felices, porque solo aquellos que lo están podrán comprometerse a proteger la felicidad de otros. Por ello, nos esforzamos por ofrecer un ambiente de trabajo inspirador, que promueva el compañerismo y genere satisfacciones profesionales. Uno de nuestros principios es #SéFeliz y para lograrlo contamos con un completo plan de Clima, Cultura y Comunicación Interna.

Encuesta de clima laboral

Con el propósito de diagnosticar nuestro clima laboral, anualmente desplegamos una encuesta que nos permite conocer el nivel de satisfacción de todos nuestros colaboradores en estas 4 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 de las oportunidades de aprendizaje, así como el crecimiento y desarrollo personal.

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

La satisfacción de los colaboradores respecto del 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.





77 % satisfacción promedio de nuestros colaboradores

Participaron más de 2,900 personas, indicando un nivel de respuesta de 92 %.

Una vez que obtenemos los resultados de la encuesta de clima laboral, diseñamos el Plan Anual de Clima. Este plan abarca la consolidación de los aspectos positivos y la descripción de las acciones que se llevarán a cabo para optimizar el clima laboral con un enfoque especial en los aspectos con menor valoración.

En GDH acompañamos a las áreas que obtuvieron bajos puntajes. Realizamos reuniones y dinámicas grupales con los colaboradores y los incentivamos a ser cocreadores del plan de mejora. Presentamos estos planes al gerente del área para armonizar la implementación. 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 2019, la satisfacción promedio de nuestros colaboradores fue de 77 %, 1 punto porcentual menos que en 2018. Participaron más de 2,900 personas, indicando un nivel de respuesta de 92 %. 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 90 % se siente orgulloso de trabajar en Pacífico.

(Pacífico 8 - Clima laboral)

ReconoSER, nuestro programa de reconocimiento

Reconocemos y distinguimos a los colaboradores cuyas conductas reflejen los valores y los principios de Pacífico. También celebramos sus logros personales.

- **Acento Pacífico**

Aquellos colaboradores que destacan por su actitud y aptitud sobresaliente, y por actuar como referentes ante sus compañeros de trabajo cumpliendo los 6 principios de la empresa, reciben el Acento Pacífico, que consta de una carta de reconocimiento firmada por nuestro Gerente General, un trofeo, un vale de consumo y un pin. En el 2019 otorgamos el Acento Pacífico a 13 personas.

- **Años de servicio**

Como muestra de agradecimiento por el tiempo de servicio de nuestros colaboradores, en el 2019 reconocimos a 128 personas que cumplieron 10, 20, 25, 30 o 40 años en la compañía. Organizamos un evento especial para ellos con la participación de nuestro Gerente General y gerentes de primera línea. Recibieron 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 académicos, artísticos o deportivos merecen ser premiados y comunicados a todos los miembros de la compañía. En el 2019 reconocimos a 9 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 los 10 PACDays del 2019, en Lima, llevamos 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.



Beneficios laborales

Ofrecemos una *suite* de beneficios que nos permiten que nuestro sello cobre vida:

#SéFeliz, #SéHumano, #SéEjemplo, #SéSoñador, #SéCompañero y #SéPro.

Destacamos estos beneficios, por su impacto y originalidad:

- **Horario Flex**

Nuestro personal administrativo puede ingresar en el rango de 7:30 a.m. a 9:30 a.m. Esto les permite organizar su vida personal (académica, deportiva, familiar) y balancearla con su desempeño laboral.

- **¡Ahora puedes escoger tu aguinaldo!**

Todos los colaboradores participan de una encuesta que les permite elegir su aguinaldo por Navidad. En 2019 tuvimos 3 opciones: A) Carry on + Víveres, B) Parrilla + Víveres, C) Caja con víveres.

- **Horario de verano**

Desde mediados de diciembre hasta inicios de abril todo nuestro personal tiene un horario de trabajo especial. De lunes a jueves agregamos media hora al trabajo diario para poder culminar la semana laboral el viernes a la 1 p.m., y disfrutar de la temporada veraniega.

- **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**

Prevía 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.

- **eDay**

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

- **Descuentos y ofertas**

Generamos convenios con universidades, institutos educativos, centros de idiomas, gimnasios, restaurantes y otros establecimientos comerciales, con descuentos y ofertas especiales.

- **Vive saludable**

Es un programa que promueve la actividad física, la alimentación balanceada y la prevención en salud para fomentar el bienestar de nuestros colaboradores. Incluye campañas de vacunación, 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 y obsequios.

- **Lactario:**

Se cuenta con una sala privada para las madres lactantes. Nos preocupamos por su bienestar y por ello pueden usar este espacio en cualquier momento que lo necesiten, está totalmente equipado para que cuenten con todas las comodidades.

(GRI 401-2)



8

Pacífico sostenible
#SéEjemplo

Pacífico sostenible #SéEjemplo

Buscamos que la gestión socialmente responsable sea una forma de trabajo transversal a toda la empresa, que todos los colaboradores de Pacífico reconozcan y contribuyan a la reducción de emisiones o la cultura de la prevención.



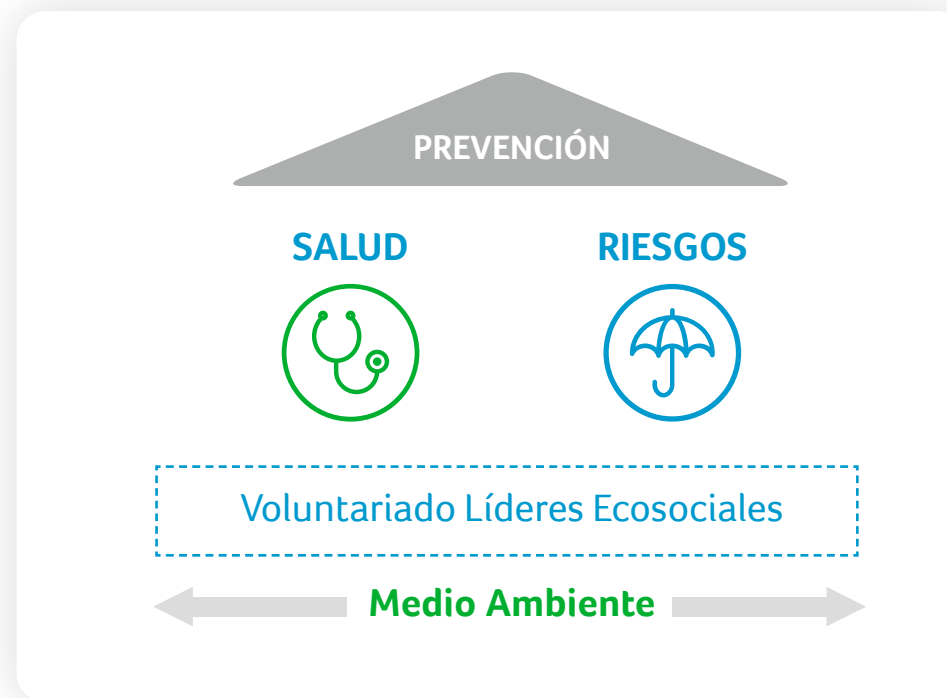
Trabajamos sobre 2 grandes ejes

que soportan nuestro
objetivo de desarrollar
en el Perú la cultura de
la prevención

8.1 Estrategia de responsabilidad social

En 2019 modificamos nuestra estrategia de responsabilidad social. Ahora trabajamos sobre 2 grandes ejes que soportan nuestro objetivo de desarrollar en el Perú la cultura de la prevención: el eje de salud y el eje de riesgos, alineados también con nuestras 2 líneas de negocio: salud y riesgos generales.





El anterior eje de medio ambiente pasó a ser un soporte transversal a todas nuestras actividades, así como las iniciativas de voluntariado. La Gerencia Adjunta de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social coordina con todas las áreas de la empresa el desempeño socialmente responsable, lidera la gestión de las actividades y el voluntariado.

8.2 Eje de salud

8.2.1 #TanFuertesComoElHierro

El Perú se ha planteado la meta país de reducir la anemia infantil a 19 % al 2021. Actualmente, el 43.6 % de los niños padece de anemia en el Perú. Ante esta realidad, lanzamos la iniciativa #TanFuertesComoElHierro.

Este es un programa de comunicación, capacitación y resolución en el que junto con nuestros aliados SANNA, Precisa, Aliada y Clínica San Felipe, buscamos contribuir a la reducción de la anemia en diferentes sectores del país. Las 5 empresas sumamos nuestro *expertise* para luchar contra esta silenciosa enfermedad.

Comunicación

Utilizamos nuestras plataformas digitales, redes sociales y relaciones públicas para educar a la población y compartir información sobre cómo identificar, prevenir y combatir esta enfermedad. Además, nos aliamos al Grupo RPP para tener un mayor alcance y sumar esfuerzos. Logramos 6.2 millones de impactos a través de dos campañas digitales propias y la participación en 2 campañas en alianza con RPP (Fuertes contra la Anemia y el Foro de Desarrollo Infantil Temprano). Esto nos permitió lograr un 60 % de conocimiento de la campaña en el estudio de reputación de Ipsos, superando nuestra meta en 8 puntos porcentuales.



Capacitación

A través de nuestro programa Tan Fuertes como el Hierro, capacitamos a padres, cuidadores y docentes para que puedan tomar acción directa desde sus hogares y escuelas en prevenir la anemia. Centramos las sesiones educativas en prácticas de higiene y manipulación de alimentos, alimentación saludable y prevención de la anemia.

Además de ejecutar nuestro programa en nuestra comunidad de intervención en Villa María del Triunfo, también lo trabajamos a través de campañas de salud en alianza con nuestros clientes de EPS en sus comunidades de impacto directo. Realizamos 14 campañas de salud de la mano de 5 clientes corporativos de la EPS en sus comunidades de impacto directo. En 2019 alcanzamos las 18,200 atenciones. Capacitamos a más de 6,400 padres, cuidadores y docentes.

Más de 1,000 niños fueron capacitados y nuestros voluntarios entregaron más de 2 mil horas de trabajo.

Resolución

Iniciamos la primera fase del proyecto trabajando en el diagnóstico, seguimiento y tratamiento para niños con recursos limitados en distritos con mayor índice de anemia en el país. En el 2019 iniciamos el proyecto en Villa María del Triunfo.

En el 2019, el programa diagnosticó y monitoreó a más de 740 niños; 153 de ellos tenían anemia y tuvieron seguimiento continuo. Al cierre del programa, el 73 % ha logrado superar la enfermedad y el 10 % pasó de anemia moderada a leve.



Realizamos 14 campañas de salud

de la mano de 5 clientes corporativos de la EPS en sus comunidades de impacto directo.

8.3 Eje de riesgos

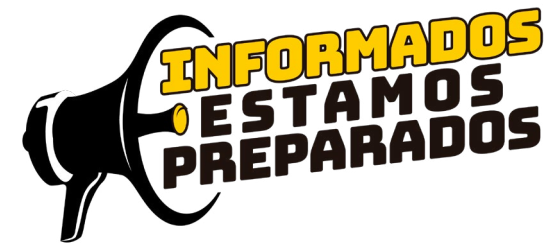
Desde Pacífico, consideramos que cumplimos un papel importante en el fomento de la prevención de riesgos en el Perú. Por este motivo, el eje de riesgos busca concienciar a nuestros clientes y a la población en general acerca de la importancia de la preparación ante eventos no deseados.



Prevención

Informados Estamos Preparados

En alianza con Grupo RPP, lanzamos una campaña de comunicación que buscaba informar y sensibilizar a la población sobre las principales causas y consecuencias de los desastres como consecuencia de fenómenos naturales e incendios, así como sobre las acciones preventivas que deben tomar en cada caso. Para esto, utilizamos todas las plataformas de RPP como TV, radio y redes sociales, en donde participaron expertos del medio y de Pacífico. La campaña tuvo una duración de 2 meses.



Wayñu #NadaNosDetiene

Campaña digital con dos objetivos: primero, sensibilizar a la sociedad acerca del periodo postcrisis, en donde las lluvias y huaicos ya pasaron pero las comunidades afectadas enfrentan otro tipo de problemas. Segundo, ayudar a las poblaciones afectadas por las lluvias a través de donaciones, en alianza con Cáritas del Perú.

Es así como activamos la ayuda durante los desastres junto a nuestros voluntarios brigadistas, tanto para la crisis ocurrida por el aniego en San Juan de Lurigancho, como para los afectados por las lluvias e inundaciones al norte y sur del país. Entregamos nuestras donaciones al Hospital San Juan de Lurigancho y al Centro Médico de la ONG Taller de los Niños, junto a 3 cisternas de agua a cada institución. Además, donamos 1,600 litros de agua y 500 mantas hechas de botellas recicladas.

Participación en feria Creciendo por un Sueño

Desde el 2018, Backus organiza la feria Creciendo por un Sueño, en donde busca empoderar y capacitar a las mujeres bodegueras sobre el manejo de su negocios. Participamos en 5 de estas ferias a nivel nacional (3 en Lima, 1 en Piura y 1 en Trujillo), dando charlas de prevención de riesgos, fomentando una cultura preventiva y explicando la cobertura de los seguros, para que puedan aplicarla en sus negocios. Logramos beneficiar a más de 400 mujeres con las charlas de prevención.



Apoyo ante desastres

Aniego San Juan de Lurigancho

Tras el aniego ocurrido en San Juan de Lurigancho en febrero, nos organizamos internamente para recolectar kits de salud y donarlos a las familias afectadas. Logramos donar más de 360 kits al Hospital San Juan de Lurigancho y al Centro Médico de la ONG Taller de los Niños, con el apoyo de la ONG Juguete Pendiente. Además, apoyamos donando 3 cisternas a las mismas instituciones, que permitieron que se pueda seguir atendiendo a los damnificados.

(Pacífico-9 Apoyo a la comunidad)

Seguros para emprendedores

Trabajamos para elevar el nivel de aseguramiento y prevención en el Perú. Así, la colocación de seguros en las pequeñas y medianas empresas (pyme) es un campo clave. Buscamos facilitar 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 Protección Negocio. 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 emprendedor, ofreciéndole la tranquilidad de seguir adelante ante eventos imprevistos. Se caracterizan por su simplicidad, fácil accesibilidad y bajo costo.

Entre los productos que ofrecemos en este canal, cabe destacar un producto introducido a mitad de 2018: Onco Indemnizatorio. Durante 2019, afiliamos a 37,705 personas que pagan un costo que va desde los S/ 6 al mes. 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.

En este segmento de seguros, hemos protegido a más de 2.6 millones de emprendedores con nuestros seguros optativos: Vida Protección Financiera, AP Familia Protegida, Negocio Protegido y Onco Indemnizatorio.

(Pacífico-10 Seguros para pymes)

8.4 Medio ambiente

Trabajamos continuamente por reducir nuestros impactos ambientales e impulsar una cultura de responsabilidad y respeto al medio ambiente. Consideramos que la gestión sostenible de los recursos ambientales es responsabilidad de todos. **(GRI 102-11)**

Empresa carbono neutral

En 2010 iniciamos la medición y compensación anual de nuestra huella de carbono y destacamos como la primera compañía de seguros carbono neutral del Perú. El cálculo de nuestra huella de carbono incluye nuestras emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones.

La medición de nuestra huella va de la mano con iniciativas para reducirla, controlando nuestro consumo de papel, energía y la generación de residuos. Las emisiones que no logramos reducir, las compensamos a través de la compra de créditos de carbono.

Compensamos nuestras emisiones a través de los créditos de carbono adquiridos en 2013, provenientes de un proyecto de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación. Este proyecto se basa en la captura de carbono de 5 mil hectáreas de bosques amazónicos ubicados en Madre de Dios, pertenecientes al Parque Nacional Bahuaja Sonene y a la Reserva Nacional de Tambopata. Firmamos la adquisición de los bonos con el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) y la Asociación Integral para el Desarrollo Rural (Aider).

En el 2019 decidimos cambiar nuestro alcance para comenzar a medir otra de nuestras principales sedes: Arona. Es así, que al mediresta y nuestra sede principal, Tamayo, nuestra huella de carbono fue de 1,767.25 t de CO₂ equivalente (t CO₂ eq), con un promedio por colaborador de 0.98 t CO₂ eq. Hemos logrado una reducción de la huella de carbono total y per cápita de nuestra sede Tamayo de 34.75 % y 28.32 %, respectivamente.



Inventario de emisiones

Alcances	Emisiones CO ₂ (t)	Emisiones CH ₄ (t CO ₂ eq)	Emisiones N ₂ O (t CO ₂ eq)	Emisiones HFC (t CO ₂ eq)	HC 2019 (t CO ₂ eq)	% del total
Alcance 1: Emisiones directas	15.00	0.01	0.05	29.99	45.97	2.60 %
Aire acondicionado	0.00	0.00	0.00	29.99	29.99	1.70%
Extintores	0.16	0.00	0.00	0.00	0.16	0.01 %
Generadores eléctricos	5.90	0.01	0.01	0.00	5.92	0.34%
Transporte de vehículos propios	9.85	0.00	0.04	0.00	9.90	0.56%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	434.96	0.33	0.33	0.00	435.62	24.65%
Consumo de electricidad	434.96	0.33	0.33	0.00	435.62	24.65%

Alcances	Emisiones CO2 (t)	Emisiones CH4 (t CO ₂ eq)	Emisiones N2O (t CO ₂ eq)	Emisiones HFC (t CO ₂ eq)	HC 2019 (t CO ₂ eq)	% del total
Alcance 3: Emisiones indirectas	1,156.03	123.20	6.43	0.00	1,285.65	72.75%
Consumo de agua	7.44	0.00	0.00	0.00	7.44	0.42%
Consumo de papel y cartón	130.03	0.00	0.00	0.00	130.03	7.36%
Desplazamiento del personal al trabajo	575.67	6.37	4.29	0.00	586.33	33.18%
Generación de residuos	0.00	116.57	0.00	0.00	116.57	6.60%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	65.11	0.00	0.00	0.00	65.11	3.68%
Servicios de taxi de la empresa	20.49	0.23	0.35	0.00	21.07	1.19%
Viajes en avión	356.91	0.02	1.79	0.00	358.72	20.30%
Viajes terrestres nacionales	0.38	0.00	0.00	0.00	0.39	0.02 %
Total huella de carbono	1,606.90	123.54	6.81	29.99	1,767.25	100.00 %
Trabajadores sede Arona y sede Tamayo	--	--	--	--	1,497	--
Huella de carbono per cápita	--	--	--	--	0.98	--

Reducción del consumo de papel

La transformación digital de nuestros servicios ha logrado un despegue significativo en la emisión de pólizas electrónicas, las cuales se han multiplicado por 4.6 entre el 2018 y el 2019. La agilización, a través de los portales para clientes y corredores, ha permitido esta multiplicación que genera ahorro económico y una reducción del impacto ambiental de nuestro negocio.

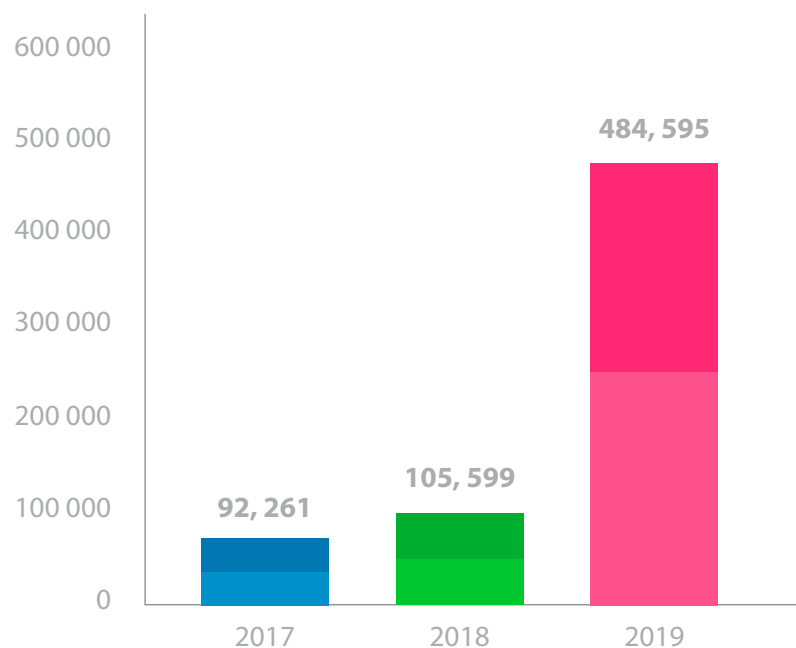
En 2019 emitimos más de 484 mil pólizas electrónicas. Estas pólizas son documentos digitales que detallan las condiciones del seguro que adquiere un cliente. Tras el proceso de contratación, la póliza es enviada vía correo electrónico. Durante el año, incentivamos el uso de pólizas electrónicas en el momento de venta y a través de campañas de migración, especialmente en la línea de negocio de autos.



**Más de 484 mil
pólizas electrónicas**

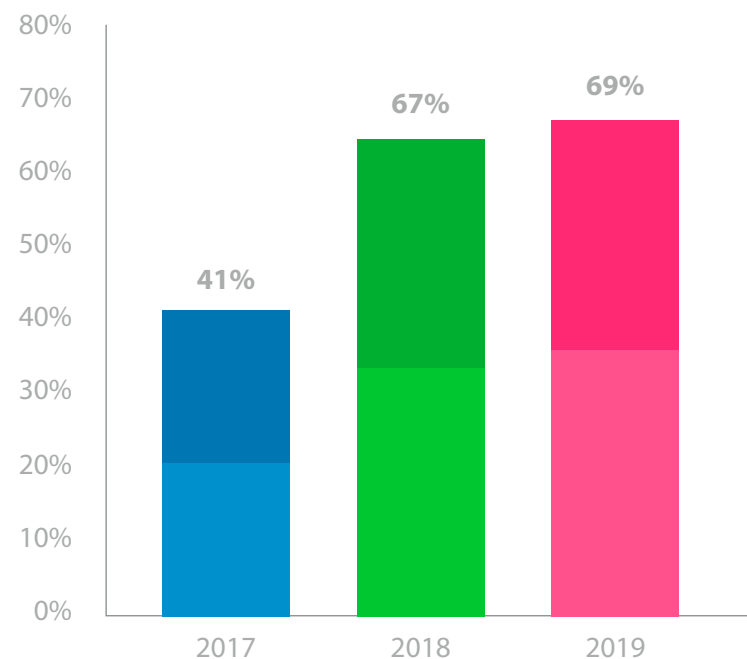
emitidas durante el 2019

Evolución de la emisión de pólizas electrónicas



Monitoreamos el incremento de la afiliación a través de pólizas electrónicas con un indicador de penetración por producto y canal. En 2019, el porcentaje de penetración se elevó de 67 % a 69 %. La emisión de pólizas electrónicas nos ha permitido evitar el uso de más de 10.6 millones de hojas de papel bond.

Penetración de las pólizas electrónicas

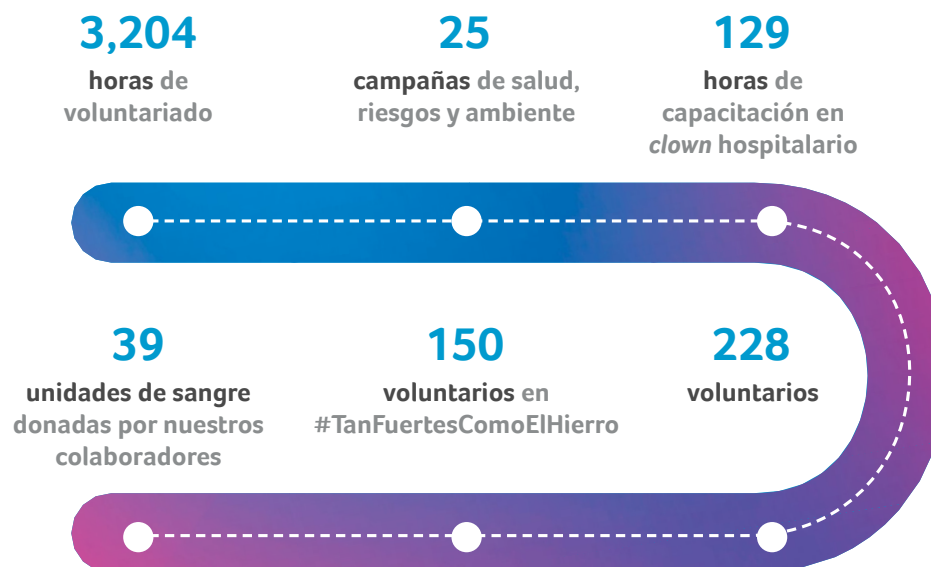


A la emisión de pólizas electrónicas, sumamos las facilidades digitales con las que contamos ahora, gracias a la emisión de comprobantes de pago electrónicos y la posibilidad de realizar transferencias bancarias en lugar de usar cheques.

8.5 Voluntariado: nuestros Líderes Ecosociales

Los voluntarios de Pacífico son nuestros Líderes Ecosociales. Son nuestros voceros y aliados en cada campaña y en las acciones que desarrollamos bajo nuestros 2 ejes. Ellos son entrenados en temas de responsabilidad social y medio ambiente, clown hospitalario y brigadas de respuesta a emergencias, y todos los años reconocemos su constancia y compromiso. Aquellos que reciben el reconocimiento se convierten en Embajadores Ecosociales.

Cifras de voluntariado 2019





9 Índice
GRI

Índice GRI

(GRI102-55)



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.

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Fundamentos			
GRI 101: Contenidos generales 2016			
Contenidos generales			
GRI 101: Contenidos generales 2016	102-1: Nombre de la organización	7	--
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	17-18	--
	102-3 Ubicación de la sede	97	--
	102-4: Ubicación de las operaciones	19	--
	102-5 Propiedad y forma jurídica	7	--
	102-6 Mercados servidos	17-18	--
	102-7 Tamaño de la organización	16, 33, 65	--
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	65-66	--
	102-9 Cadena de suministro	36	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	48-51	--
	102-11 Principio o enfoque de precaución	83	--
	102-12 Iniciativas externas	22	--
	102-13 Afiliación a asociaciones	21	--
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4-5	--
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	15	--
	102-17 Mecanismo de asesoramiento de inquietudes sobre ética	38	--
	102-18 Estructura de gobernanza	29	--
	102-19 Delegación de autoridad	29	--
	102-40 Lista de grupos de interés	8-10	--
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	65	--
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	7	--
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	8-10	--
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	11	--
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	7	--
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	11-13	--
	102-47 Lista de temas materiales	12-13	--
	102-48 Reexpresión de la información	Ninguno	--
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	Ninguno	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	102-50 Periodo objeto del informe	2019	--
	102-51 Fecha del último informe	2018	--
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual	--
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	97	--
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	7	--
	102-55 Índice de contenidos GRI	90-96	--
	102-56 Verificación externa	No cuenta con verificación externa	--
Temas materiales			
Crecimiento económico			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	32-33	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	32-33	--
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	33	--
Gestión ética			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	13-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	38-46	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	38-46	--
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	40	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Atracción y retención del talento			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	67-74	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	67-74	--
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones y rotación de personal	67	--
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	74	--
Gestión y desarrollo humano			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	68-70	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	68-70	--
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	70	--
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	69	--
Acompañar al cliente durante su “viaje” en Pacífico			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	59	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	59	--
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	59	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Privacidad del cliente			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43	--
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1: Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad al cliente y pérdida de datos del cliente	43	--
Comunicación con los grupos de interés (Pacífico - 1)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	8-10	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	8-10	--
Transformación digital (Pacífico - 2)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	52-55	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52-55	--
Buen gobierno corporativo (Pacífico - 3)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	26-29	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	26-29	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Gestión de riesgos (Pacífico – 4)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34-35	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34-35	--
Procesos claros para proveedores (Pacífico – 5)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36-37	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36-37	--
Satisfacción del cliente (Pacífico – 6)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	57-58	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	57-58	--
Atención oportuna y procesos claros para corredores (Pacífico – 7)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	62-63	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	62-63	--

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Clima laboral (Pacífico – 8)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	71-72	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	71-72	--
Apoyo a la comunidad (Pacífico – 9)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76-82	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	76-82	--
Seguros para las pymes (Pacífico – 10)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	82	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	82	--
Nuestra transformación (Pacífico – 11)			
GRI 101: Contenidos generales 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-13	--
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	48-51	--
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	48-51	--



Pacífico Grupo Asegurador. (GRI 102-5)

Avenida Juan de Arona 830 San Isidro, Lima Perú (GRI 102-3)

Toda comunicación referente al Reporte de Sostenibilidad 2019 debe ser dirigida a responsabilidadsocial@pacifico.com.pe (GRI 102-53)

Para conocer más sobre Pacífico Grupo Asegurador: www.pacifico.com.pe

Elaborado, diseñado y diagramado
con la asesoría de Avanza Sostenible.
www.avanzasostenible.com

Sé feliz