



REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2014-2015

RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS (G4-7)

Domicilio Fiscal

Av. Paseo de la República N°3505, piso 11, San Isidro, Lima,
Perú. (G4-5)

Toda comunicación referente al presente Reporte
de Sostenibilidad 2014-2015 debe ser dirigida a la
Vicepresidencia Ejecutiva de Experiencia del Cliente y
Sostenibilidad. (G4-31)

E-mail: Luciana.caravedo@rimac.com.pe

Elaborado por:

Perú 2021

www.peru2021.org





Materiality
Disclosures
RIMAC Seguros

Mar 2016
Service

Índice

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL	4
ACERCA DEL REPORTE	6
ACERCA DE RIMAC Seguros	10
BUEN GOBIERNO CORPORATIVO	18
GESTIÓN SOSTENIBLE EN RIMAC SEGUROS	21
VISIÓN INTEGRAL DEL CLIENTE	31
GESTIÓN CON NUESTROS COLABORADORES	37
GESTIÓN CON PROVEEDORES Y CORREDORES	43
GESTIÓN CON NUESTRA SOCIEDAD	49
COMPROMISO CON LA EFICIENCIA AMBIENTAL	55
ANEXOS	59
INDICE DE CONTENIDO GRI G4 /PACTO MUNDIAL /ISO 26000	65

Mensaje del Gerente General^(G4-1)¹

Nos complace presentarles nuestro Reporte de Sostenibilidad 2014-2015, donde evidenciamos la gestión que venimos desarrollando con nuestros distintos grupos de interés. En los resultados presentados en este documento reflejamos nuestro compromiso de contribuir al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

Culminamos nuestro plan estratégico 2011 - 2014 planteándonos varios retos importantes: transitar de una organización centrada en los productos hacia una que tiene al cliente como eje principal; iniciar diversas líneas de trabajo en el campo de la sostenibilidad (Responsabilidad Social, Gestión de la Reputación, Imagen y Marca, entre otros); trabajar en la profesionalización y cohesión de nuestro equipo humano y enfrentar un agresivo programa de inversiones en tecnología que permita servir de soporte a las innovaciones en productos y servicios que demanda el mercado actual. La ruta que seguiremos en los próximos cuatro años, estará delineada por el Plan Estratégico 2015-2018, que será revisado en el 2016.

A continuación nos gustaría destacar los aspectos más relevantes de nuestra gestión económica, social y ambiental durante el periodo 2014-2015:

Respecto a nuestro desempeño económico, hemos enfrentado desafíos importantes debido al complejo contexto económico nacional y global, que han impactado en las tasas de crecimiento de la industria aseguradora. Sin embargo, en RIMAC Seguros continuamos lanzando productos novedosos y brindándole al cliente una oferta diferencial de servicio, lo que unido a un importante proceso de transformación de procesos críticos de control del gasto técnico y un análisis permanente de la eficiencia en el gasto administrativo, ha permitido mantener nuestro crecimiento y consolidarnos como líderes en el sector.

Los clientes de RIMAC Seguros son nuestra razón de ser. Por ellos elaboramos una serie de proyectos bajo la filosofía de construir una Visión Integral del Cliente (VIC), lo que supone un conocimiento cabal de nuestros usuarios para ofrecerles los productos y servicios que necesitan.

Por su parte, los corredores son el motor comercial de nuestra Empresa. Por ello, durante el periodo 2014-2015 hemos seguido trabajando en diversas iniciativas para relacionarnos y comunicarnos de una forma más eficiente con este grupo de interés. Una de las iniciativas más resaltantes fue el lanzamiento del Programa de Especialización de Corredores en el 2014.

¹Elaborado por Perú 2021



Con respecto a nuestros proveedores, mantenemos relaciones eficientes y transparentes. Durante el 2014 se inició un proceso de homologación con proveedores administrativos, el cual incluyó temas laborales sobre Derechos Humanos y Responsabilidad Social. Este proceso se amplió e incluyó a los principales proveedores técnicos.

Nuestros colaboradores han sido claves para el logro de los objetivos en estos dos años. Por ello, RIMAC Seguros les ofrece un buen clima laboral que les permita un desarrollo integral de sus capacidades en óptimas condiciones de trabajo. Los resultados de nuestra última encuesta de clima laboral desarrollada en el 2015 alcanzó una favorabilidad del 70%. Las diversas iniciativas que abordamos durante estos dos años se enfocaron en el desarrollo profesional, el crecimiento personal y en potenciar nuestra estrategia de atracción y selección del talento.

La comunidad y el medio ambiente son también aspectos fundamentales de nuestra gestión de sostenibilidad. Durante el periodo 2014-2015 continuamos con el Programa "Yo me Cuido", dirigido a escolares de 30 instituciones educativas. En ese mismo periodo, compensamos al 100% todo el proceso de emisión de pólizas de seguros a través de la compra de créditos

de carbono que benefició al Proyecto de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación (REDD) con la conservación del Bosque de Protección Alto Mayo. Asimismo, lanzamos el programa de carpooling "RIMAC Aventones", con el cual pusimos a disponibilidad de los colaboradores una plataforma que les permite compartir transporte y así reducir las emisiones de CO2.

En estos dos años, hemos continuado con nuestro compromiso de ser un referente de empresa socialmente responsable, siendo reconocidos como una de las 25 mejores empresas dentro del Ranking MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2015.

Los invitamos a leer nuestro cuarto Reporte de Sostenibilidad, elaborado bajo las Guías G4 del Global Reporting Initiative (GRI).

RAFAEL VENEGAS
Gerente General



ACERCA DEL REPORTE

Este Reporte de Sostenibilidad brinda información sobre la gestión económica, social y ambiental únicamente de las operaciones de RIMAC Seguros y Reaseguros, (en adelante RIMAC Seguros). Dado que su subsidiaria RIMAC SA Entidad Prestadora de Salud – EPS tiene otra razón social y su propia estructura, no forma parte de este Reporte. La exclusión de su información no afecta la interpretación o comparabilidad de este documento en el futuro.

Esta es la cuarta edición presentada por RIMAC Seguros, respetando los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) y la segunda elaborada de conformidad con las Guías G4 del GRI – Opción Exhaustiva. Las tres primeras ediciones fueron realizadas de manera anual, siendo la última

de ellas la correspondiente a la gestión 2013. En esta oportunidad, el reporte ha sido elaborado de manera bienal. Así el presente documento cubre el periodo comprendido entre el 1° de enero del 2014 y el 31 de diciembre del 2015. **(G4-3)(G4-17) (G4-22) (G4-23) (G4-28) (G4-29) (G4-30)**²

Aspectos Materiales Incluidos

Para seleccionar los aspectos más relevantes a ser incluidos en este reporte y que reflejen los temas relevantes para los grupos de interés de RIMAC Seguros, así como los impactos de sostenibilidad más significativos, se realizó un proceso de 4 etapas: **(G4-18)**

ETAPA 4 VALIDACIÓN

Los resultados de esta matriz de materialidad fueron validados por la Sub Gerencia de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros encargada de supervisar la estrategia interna y externa de responsabilidad social de la empresa.
Se identificaron los aspectos e indicadores GRI G4 a reportarse.

ETAPA 1 REVISIÓN

Se revisó el informe consolidado de Diálogos con los Grupos de Interés de Rimac Seguros, realizados en setiembre del 2014, con la finalidad de identificar las expectativas y percepciones respecto a la gestión del Rimac Seguros y el Reporte a desarrollarse. Posteriormente, se revisaron los resultados de la auditoría llevada a cabo por SGS a la gestión de RS en base a la ISO 26000 para identificar el cumplimiento de los asuntos de la ISO 26000 y oportunidades de mejora.

ETAPA 3 PRIORIZACIÓN

La metodología utilizada para priorizar los temas más relevantes de los Grupos de Interés fue el análisis de madurez, recomendado por AccountAbility; y, en el caso de los impactos, se identificaron aquellos más significativos utilizando una metodología de evaluación de riesgos.

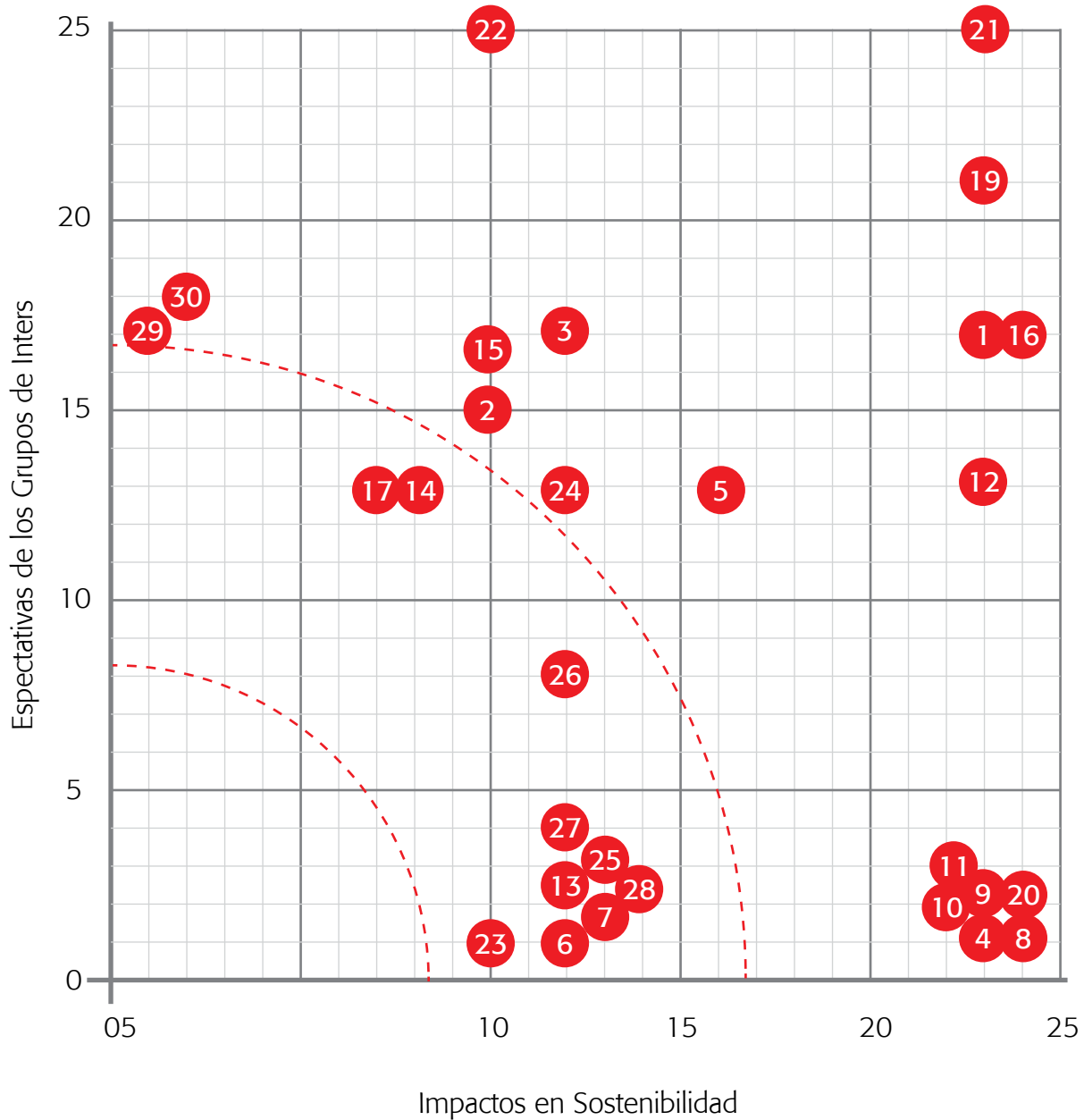
ETAPA 2 IDENTIFICACIÓN

Con base en los principales lineamientos estratégicos, se identificaron los impactos de sostenibilidad generados por la gestión de Rimac Seguros. Estos fueron validados por entrevistas con las gerencias que gestionan el relacionamiento con los Grupos de Interés. Las expectativas se identificaron en base al Informe de Diálogos con los Grupos de Interés. Adicionalmente, se revisaron informes del área de Responsabilidad Social, Memoria Anual, Políticas y Código de Conducta.

²La comparabilidad se puede ver afectada en algunos casos debido a que este reporte cubre información del periodo 2014-2015.

Gráfico de Materialidad
RIMAC Seguros 2014-2015 (G4-18)

Matriz de Materialidad de RIMAC Seguros



Como resultado de este proceso, se identificaron los aspectos y asuntos materiales a ser incluidos en el presente Reporte; su nivel de cobertura³ y grupos de interés relacionados se detalla a continuación⁴: **(G4-21) (G4-22) (DMA Genéricos)**

³Cobertura: Descripción de dónde se producen los impactos de cada aspecto.

⁴COLOCAR ESTAS NOTAS EN GRÁFICO ANTERIOR ROBECOSAM es una organización especialista en inversión sostenible a nivel mundial, que junto a S&P Dow Jones Indices publica los reconocidos Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)/ AccountAbility, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Stakeholder Research Associates Canada Inc. De las Palabras a la Acción: El Compromiso con los Stakeholders. Manual para la Práctica de las Relaciones con los Grupos de Interés, Volumen 2, 1a edición, enero de 2006, página 39.

ASPECTOS MATERIALES (G4-19)				
	ASPECTO MATERIAL GRI	CATEGORÍA GRI	COBERTURA (G4-20)(G4-21)	GRUPOS DE INTERÉS
1	Desempeño Económico	Economía	Cobertura interna	Accionistas
2	Capacitación y educación	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
3	Seguridad y Salud Ocupacional	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
4	Empleo	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
5	Relaciones entre los trabajadores y la dirección	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
6	Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura externa	Proveedores, socios intermediarios
7	Diversidad e igualdad de oportunidades	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
8	Trabajo Infantil	Social: Derechos humanos	Cobertura interna y externa	Colaboradores y Proveedores
9	Libertad de asociación y negociación colectiva	Social: Derechos humanos	Cobertura interna y externa	Colaboradores y Proveedores
10	Trabajo Forzoso	Social: Derechos humanos	Cobertura interna y externa	Colaboradores, proveedores
11	No Discriminación	Social: Derechos humanos	Cobertura interna	Colaboradores
12	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	Social: Derechos humanos	Cobertura externa	Proveedores, socios intermediarios
13	Inversión	Social: Derechos humanos	Cobertura externa	Estado
14	Comunidades Locales	Social: Sociedad	Cobertura externa	Comunidad
15	Lucha contra la corrupción	Social: Sociedad	Cobertura interna y externa	Clientes, socios intermediarios, proveedores, colaboradores

ASPECTOS MATERIALES (G4-19)				
	ASPECTO MATERIAL GRI	CATEGORÍA GRI	COBERTURA (G4-20)(G4-21)	GRUPOS DE INTERÉS
16	Prácticas de competencia desleal	Social: Sociedad	Cobertura externa	Clientes, Estado
17	Salud y Seguridad de los Clientes	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
18	Etiquetado de los productos y servicios	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura interna y externa	Colaboradores, socios intermediarios y clientes
19	Privacidad del cliente	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
20	Cumplimiento Regulatorio (Responsabilidad Sobre Producto)	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
21	Comunicaciones de mercadotecnia	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
22	Materiales	Medio ambiente	Cobertura interna	Colaboradores
23	Energía	Medio ambiente	Cobertura interna	Colaboradores
24	Emisiones	Medio ambiente	Cobertura interna y externa	Colaboradores y proveedores
25	Productos y servicios	Medio ambiente	Cobertura externa	Clientes
26	Transporte	Medio ambiente	Cobertura externa	Proveedores
27	Innovación	No GRI	Cobertura interna y externa	Colaboradores y Clientes
28	Reputación	No GRI	Cobertura externa	Todos
29	Gestión de comunicación con corredores	No GRI	Cobertura externa	Socios Intermediarios
30	Clima Laboral	No GRI	Cobertura interna	Colaboradores



ACERCA DE RIMAC SEGUROS

Perfil de la empresa

RIMAC Seguros es la empresa líder del mercado asegurador peruano. Forma parte de BRECA, el grupo empresarial más grande del Perú y tiene más de 119 años de experiencia en el mercado.

Cuenta con la más alta variedad de productos y servicios adecuados a las necesidades del cliente, que van acompañados por una atención de calidad y un gran respaldo financiero. Por lo cual, tiene la más alta participación del mercado asegurador en los últimos años⁵.

VISIÓN

Ser una Empresa socialmente responsable, centrada en el cliente y de clase mundial, líder nacional de seguros y salud.

MISIÓN

Trabajamos por un mundo con menos preocupaciones.

VALORES

- Vocación de servicio: existimos por nuestros clientes.
- Integridad: actuamos de manera honesta, solidaria y transparente.
- Compromiso: tomamos los retos como propios.
- Excelencia: hacemos las cosas siempre mejor.

⁵Tomado de la web de RIMAC. Validar.

Principales cifras

DATOS GENERALES ⁶		
Naturaleza Jurídica	RIMAC Seguros y Reaseguros	Social: Sociedad
País donde opera	Perú	Social: Responsabilidad sobre productos
Productos ofrecidos	296 productos ofrecidos a través de 4 tipos de canales de atención a nivel nacional ⁷	Social: Responsabilidad sobre productos
	2014	2015
Ventas. US\$ MM.	1,135	1,173
Riesgos generales.	598	634
Salud y accidentes.	99	104
Vida	438	436
Activos totales – en USD MM	3,034	3,172

PROPIETARIO EFECTIVO	2014 Nº de accionistas	%	2015 Nº de accionistas	%
Menos de 1%	566	10,08%	558	9,56%
De 1% a menos de 5%	2	6,81%	2	6,82%
De 5% a menos de 10%	-	-	-	-
De 10% a más	2	83,11%	2	83,62%
TOTAL	570	100	562	100%

CAPITALIZACION TOTAL	2014 USD MM	%	2015 USD MM	%
Total Pasivos	2,591	85%	2,788	88%
Total Patrimonio	444	15%	384	12%
Total Pasivos y Patrimonio	3,034	100%	3,172	100%

⁶Ficha G4-9 Alberto Bardales.

⁷Brokers, Ventas Directas (Oficinas de Atención a clientes), Canales no Tradicionales, Fuerza de Ventas

Principales Productos y Servicios (G4-4)

Para todos los productos ofrecidos al público, RIMAC Seguros realiza un análisis técnico, control de riesgo, emisión y cobranza. Los siniestros se cubren conforme a lo que establezcan las pólizas contratadas y manteniendo las reservas requeridas por ley para estos productos⁸.

RIMAC Seguros divide sus productos en dos categorías: Seguros para empresas y Seguros para personas. Cada una de estas categorías cuenta con subcategorías de productos, tales como salud o vida e incluyen los siguientes productos principales⁹:

SEGUROS PARA EMPRESAS 2014-2015	
Seguros para el personal	SCTR Pensiones
	RIMAC EPS
	Vida Ley
	Vida Ley Cesantes
	Vida Grupo
	Planes Médicos
	Accidentes Personales Colectivos
	Oncológico Integral Colectivo
	Asistencia Médica Colectiva
	Formación Laboral Juvenil (AMC/AMI)
Seguros a través de convenios	Protección Familiar
	Protección Ahorro Plus
	Protección Familiar Nota 20
	Protección Accidental
	Sepelio
Seguros para riesgos generales	Riesgos Patrimoniales
	Riesgos de Ingeniería

SEGUROS PARA PERSONAS	
Seguros de salud	Seguro Oncológico – Plan Oncológico Integral
	Salud Preferencial
	Full Salud
	Salud Red Médica
	Salud Red Médica Hospitalaria
	Salud de Oro
	Salud Red Privada
	Salud Red Preferente
	Salud Indemnizatorio Enfermedades Graves Completo / De la Mujer / Oncológico
	Renta Hospitalaria por accidente
	Renta Hospitalaria
	Seguro para Personas con Habilidades Especiales - Síndrome de Down
	Supramedic
	Seguros de vida
Vida Futuro Protegido - Planes 35 y 65 años y Plus 35 y 65 años.	
Vida Capital Dotal	
Vida Ideal Entera	
Vida Temporal Pago Anticipado	
Seguro Universitario	
Accidentes Individuales	
Accidentes Plan Familiar	
Vida Temporal Total	

⁸Tomado del Reporte de Sostenibilidad 2013

⁹Ficha G4-4 Carlos Miguel Salazar.

Como parte de sus servicios, RIMAC Seguros ofrece asistencias complementarias a sus clientes a través de proveedores técnicos. Es decir que, además, de cubrir el costo causado por un siniestro, por ejemplo, la reparación de un vehículo tras un accidente, los gastos de hospitalización de un paciente o el costo de la reconstrucción de una casa dañada por un incendio, RIMAC Seguros ofrece asistencia complementaria como servicios subcontratados de grúa, asistencia en viajes, servicio de cerrajería, servicio de chofer de reemplazo, entre otros. En el periodo 2014-2015 los clientes utilizaron la asistencia complementaria en aproximadamente 400 mil casos.¹⁰

SEGUROS PARA PERSONAS	
Seguros vehiculares/ SOAT	Plan Vehicular a Tu Medida
	Plan Vehicular Premier
	Seguro Vehicular Clásico
	Plan Papá Tranquilo (basado en Clásico)
	Seguro Practimóvil
	Plan Vehicular 4x4
	Plan Vehicular Timón Invertido
	Plan Taxi Urbano
	Plan Vehicular Chinos e Hindúes
	Plan Vehículos Pesados
SOAT	
Seguros para jubilados	Jubilación Legal
	Jubilación Anticipada
	Sobrevivencia
	Invalidez
Seguros domiciliarios	Seguro Domiciliario
	Plan Casa Segura
	Plan Seguro Domiciliario a tu medida
	Plan Seguro VIP

NÚMERO Y TIPO DE ASISTENCIA COMPLEMENTARIA		
Tipo de Asistencia Complementaria	Casos en el Año 2014	Casos en el Año 2015
Consulta médica a domicilio	111,619	97,969
Orientación médica telefónica	114,808	100,235
Unidad médica de emergencia	25,146	25,241
Traslados entre clínicas	3,703	3,939
Reporte de siniestros vehiculares	73,341	73,078
Reporte de siniestros SOAT	10,476	8,527
Auxilio mecánico	37,072	36,848
Grúa	28,930	28,089
Conductor de reemplazo	13,230	12,487
Reporte de siniestros de riesgos generales	1,756	1,819
Asistencia en viajes	170	133
Sepelio	55	96
Evacuaciones	96	138
Delivery de medicinas	6,921	8,901
TOTAL	427,323	397,500

¹⁰Ficha G4-4 Carlos Miguel Salazar.

Presencia en el Perú (G4-8) (G4-FS13)

El liderazgo de RIMAC Seguros en el Perú, no solo se basa en sus productos, sino en su capacidad para ofrecerlos en varias zonas a nivel nacional. La Empresa ofrece sus servicios de manera directa, a través de una red de agencias y su Fuerza de Ventas¹¹.

PRESENCIA DE RIMAC SEGUROS ¹²		
Agencias donde se brinda atención al público autorizadas por SBS	Oficinas Administrativas de Fuerza de Ventas	Fuerza de Ventas sin oficinas
Lima	Arequipa	Puno
Piura	Ayacucho ¹⁴	Apurímac ¹⁶
Trujillo	Chiclayo	Huancavelica
Cajamarca ¹³	Cajamarca ¹⁵	Amazonas ¹⁷
Chiclayo	Cuzco	Pasco
Huancayo	Chimbote	Madre de Dios ¹⁸
Cuzco	Huancayo	Tumbes ¹⁹
Arequipa	Huánuco	
Iquitos	Huaraz	
	Ica	
	Ilo	
	Iquitos	
	Piura	
	Pucallpa	
	Tacna	
	Tarapoto	
	Trujillo	

¹¹ToFicha G4-8 Claudio Roca.

¹²Ficha G4-FS13 César Jiménez.

¹³Departamentos con la mayor cantidad de pobreza monetaria en el Perú, según Mapa de Pobreza Provincial y Distrital 2013 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1261/Libro.pdf

¹⁴Idem.

¹⁵Idem.

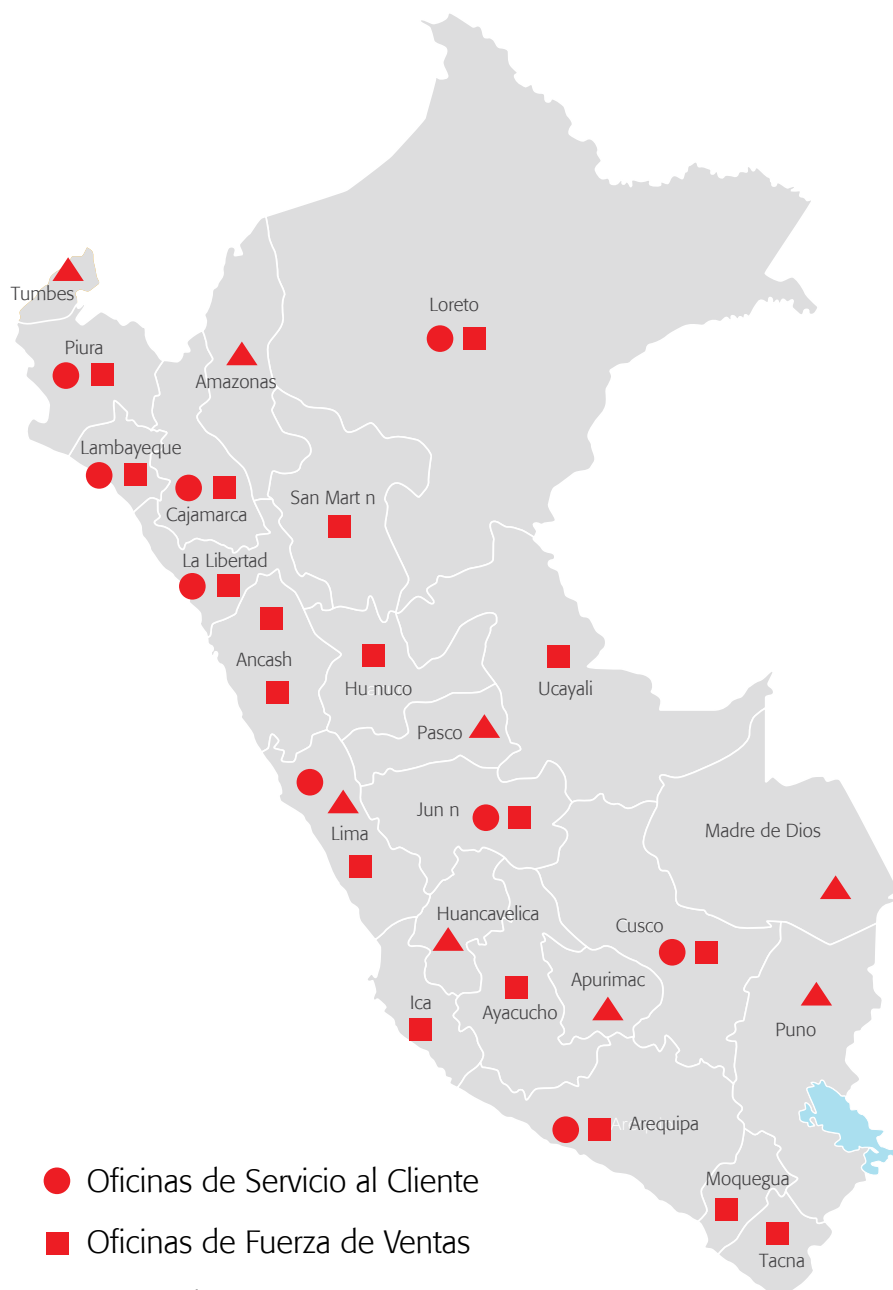
¹⁶Idem.

¹⁷Idem.

¹⁸Entre los departamentos con la menor densidad poblacional en el Perú, según el Estado de la Población Peruana 2015 del INEI.

¹⁹Idem.

Presencia de RIMAC Seguros a nivel nacional



La Empresa cuenta con una fuerza asociada de corredores de seguros y canales no tradicionales que se ubican a nivel nacional, los cuales comercializan sus productos y atienden a sus clientes de manera diversificada y accesible.

De la misma forma en que se clasifican los productos de RIMAC Seguros, los clientes se segmentan en 2 categorías principales: clientes personas y clientes empresas. A diciembre del 2015, contamos con 1'521,969 clientes personas y 6,787 clientes empresas²⁰.

²⁰La información de clientes personas fue enviada por Lucrecia Delgado y Eder Cotillo.

Cambios significativos durante el 2014 y 2015²¹ (G4-13)

Cambios Organizacionales:

En el periodo 2014-2015, RIMAC Seguros ha venido trabajando en diferentes frentes para convertirse en una empresa de clase mundial. Para ello, es importante que sus operaciones, servicios, productos y estructura mantengan un enfoque central hacia el cliente. Así, la estructura organizacional de RIMAC Seguros está soportada en diez unidades, de las cuales tres son generadoras: División Seguros Empresas, División Seguros Personas y Marketing, División Inversiones y Pensiones; cinco son habilitadoras: División Experiencia del Cliente y Sostenibilidad, División Operaciones y Tecnología, División Finanzas y Control del Riesgo, División Gestión y Desarrollo Humano y División Negocios Internacionales y Reaseguros; y dos son de apoyo: División Legal y Regulación y División Auditoría Interna; cada una con un vicepresidente ejecutivo a cargo, a excepción de la División de Auditoría Interna que es liderada por el Auditor General quien es independiente a la gestión y reporta funcionalmente al Comité de Auditoría del Directorio. Con este enfoque se busca fortalecer la relación con los principales canales comerciales y crear mejores oportunidades de negocio.

Cambios Operacionales:

En el periodo 2014-2015, la Empresa se enfocó en ejecutar planes de remodelación e integración de sus oficinas, orientados al uso eficiente y efectivo de los espacios. Entre las actividades se consideró:

- Remodelaciones en las oficinas en Lima y Provincia sin ampliar los m² existentes
- Ampliación de plataforma de Trujillo en alrededor de 190 m² en 2014
- Cierre de oficina en Arequipa y Chimote en alrededor 110 m² en 2015

Cambios en la Cadena de Suministro:

Durante el año 2015, se consolidó la gestión de compras y la gestión de proveedores administrativos en la compañía. Entre las acciones realizadas, se inició un plan piloto orientado a homologar parte de gastos técnicos con los procesos realizados en compras administrativas. Asimismo, se tiene previsto activar la funcionalidad de control presupuestal en el flujo de trabajo de compras administrativas, lo que permitirá un manejo más eficiente del presupuesto.

Innovación en RIMAC Seguros²²

RIMAC Seguros cree que la innovación es la clave para poder reinventarse en el tiempo y seguir ofreciendo una propuesta de valor relevante para sus clientes.

La innovación de los productos recae sobre cada unidad de negocios, soportada por las Áreas de Marketing, Segmentos, Relaciones Institucionales, Legal y Operaciones Mantenimiento de Clientes, el Portal Web y Atención al Cliente. En conjunto, se recopilan las necesidades y mejoras que esperan los clientes y se crean productos nuevos adaptados a sus necesidades. Para esto, se toman en consideración las nuevas tecnologías y los diversos riesgos a los cuales están expuestos. Los procesos de venta, post venta y estrategias de comunicación se estructuran en reuniones de equipo a fin de anticipar cualquier potencial problema que pueda presentarse.

Además, la Empresa invierte constantemente en proyectos de transformación de macro procesos con partners de experiencia mundial, como IBM, a fin de poder incorporar las más modernas tecnologías y trasladar la mejor experiencia posible a los clientes.

En los últimos años RIMAC Seguros lanzó al mercado productos innovadores como la primera Póliza Vehicular Virtual y a la medida del cliente, el Programa "Cuidate" para pacientes con enfermedades crónicas, las primeras aplicaciones móviles (Apps) de seguros del mercado peruano, una colección de cuentos para niñas y niños disponibles en Smart TV's y en celulares, el seguro "Papá Tranquilo" entre otros productos y servicios.

Gestión del Riesgo Reputacional²³

La gestión del riesgo reputacional en RIMAC Seguros consta de tres etapas:

- **Prevención:** Implementación de comité de riesgo reputacional, el cual revisa los principales riesgos, realiza charlas de sensibilización a áreas críticas sobre la gestión del riesgo y capacita a voceros.
- **Contención:** Una vez detectado un caso de riesgo (expuesto en prensa o redes sociales) se activa el comité de crisis, que coordina con la División de Servicio al Cliente y Sostenibilidad para la elaboración de mensajes, declaraciones o material informativo que se requiera.
- **Oportunidad de mejora:** Análisis de los casos, para detectar oportunidades de mejora.

²¹Ficha G4-13 Carolina Venturo.

²²Ficha No GRI Innovación Enrique Agois.

²³Ficha No GRI Gestión de la Reputación Patricia Cortez.

Asimismo, la gestión de riesgo reputacional es informada a la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) como parte del Plan de Acción de Riesgo de la Empresa. Respecto a los mecanismos de medición para mantener o cuidar la reputación, ponemos especial énfasis en la prevención para poder detectar y monitorear oportunamente cualquier situación de riesgo.

Principales Asociaciones a las que pertenece RIMAC Seguros

La Empresa forma parte de las siguientes asociaciones y organizaciones nacionales e internacionales. (G4-16)²⁴

- Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP)
- Bolsa de Valores de Lima (BVL)
- Asociación Peruana de Buenos Empleadores (ABE-AMCHAM)
- Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg)
- Cámara de Comercio Americana del Perú (Amcham)
- Cámara de Comercio Peruano Británica (BPCC)
- Cámara de Comercio Canadá-Perú (CCCP)
- Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú (COCEP)
- Cámara Binacional de Comercio e Integración Perú – Brasil (CAPEBRAS)
- Patronato de Perú 2021
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comexperú)

Con menor incidencia es parte de las siguientes cámaras y gremios:

- Asociación Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (APECOSE).
- Cámara de Colombia.
- Cámara de La Libertad.
- Asociación Contribuyentes por Respeto.
- Instituto Peruano de Economía (IPE).
- Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE).

²⁴Ficha G4-16 Pilar Ramirez.



BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Desde hace ya varios años, RIMAC Seguros viene integrando los principios de Buen Gobierno Corporativo en su estructura orgánica y funcional. Los considera la base crucial de sus principales sistemas destinados a alcanzar objetivos estratégicos de largo plazo. En el 2014, RIMAC Seguros logró ser reconocida nuevamente por la Bolsa de Valores de Lima (BVL) como una de las empresas con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo en el Perú y el reconocimiento por la “Mayor Mejora Anual” del año²⁵.

La Empresa cumple así con las expectativas de sus accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y demás grupos de interés, al igual que con los requerimientos legales y regulatorios existentes. Y es que en RIMAC

Seguros, el compromiso con el respeto, cumplimiento y promoción de tales principios se sustenta en la firme creencia de un precepto fundamental de la organización: el hecho de que tan importantes como los resultados son los medios que se utilizan para lograrlos²⁶.

Estructura de Gobierno en RIMAC Seguros

El Directorio es elegido por una Junta General de Accionistas por un periodo de 1 año²⁷. (G4-40) Está conformado por nueve directores titulares y dos directores suplentes, de género masculino y mayores de 50 años, tal como se detalla a continuación: (G4-38)

NOMBRES Y APELLIDOS	FORMACIÓN	FECHA	
		INICIO	TÉRMINO
Directores Dependientes			
Fortunato Brescia Moreyra	Ingeniero de Minas	1997	A la fecha
Mario Brescia Moreyra	Administrador de Empresas	1995	A la fecha
Pedro Brescia Moreyra	Economista	1998	A la fecha
Alex Fort Brescia	Bachiller en Economía	1993	A la fecha
Bernardo Fort Brescia	Arquitecto	2005	A la fecha
Edgardo Arbocco Valderrama	Licenciado en Administración de Empresas	1998	A la fecha
Directores Independientes			
Alfonso Brazzini Díaz-Ufano	Bachiller en Economía y Administración	1993	A la fecha
Ricardo Cillóniz Champin	Ingeniero Civil	1979	A la fecha
Luis Carranza Ugarte	Economista	2012	A la fecha
Directores Suplentes			
Jaime Araoz Medanic	Licenciado en Administración de Empresas	2013	A la fecha
Miguel Angel Salmón Jacobs	Licenciado en Derecho y en Ciencias Políticas	2013	A la fecha

²⁵Tomado de la Memoria 2014

²⁶Tomado de la Memoria Anual 2014.

²⁷Los directores son elegidos tomando en cuenta la regulación prevista en la Ley General de Sociedades, la Ley de Banca y la regulación del Mercado de Valores. Estas consideraciones se encuentran descritas en su Estatuto Social y en el Manual del Director de RIMAC Seguros. A la fecha, éstos son los únicos criterios especificados para la selección de directores de la Empresa.

Se cuenta con un Comité de Gestión Integral de Riesgos, el cual incluye a tres directores y al Gerente General, así como un Comité de Auditoría, el cual incluye tres directores. Conjuntamente, estos comités son responsables por la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. Cabe mencionar que ninguno de los directores ocupa un puesto ejecutivo en la Empresa. (G4-34) (G4-38) (G4-39) Cabe anotar que, en caso de existir conflicto de intereses, los miembros del Directorio están regulados bajo el Manual del Director y sujetos a las mismas obligaciones que se exigen a los colaboradores bajo el Código de Conducta, utilizando el mismo mecanismo para su solución. (G4-41)

De acuerdo a sus funciones, el Directorio asume competencias exclusivas en cuanto a la determinación de la estrategia, sistema de control interno y en temas relacionados con los impactos económicos, ambientales y sociales de la Empresa. Estos impactos se analizan en cada una de sus sesiones, dejando constancia en sus actas correspondientes. Las sesiones del Directorio se realizan una vez al mes²⁸. (G4-42)(G4-47)

El Directorio toma en cuenta las preocupaciones o recomendaciones que transmiten sus comités, el Auditor Interno, el Gerente General y otros grupos de interés relacionados a las operaciones de RIMAC Seguros ya sea por correo electrónico, informes, reportes o presentaciones. De igual manera, éstas son transmitidas a través de la Junta de Accionistas. (G4-37) (G4-49).

Estas son algunas preocupaciones vinculadas a la imagen institucional y la reputación de la Empresa que fueron abordadas por el Directorio: (G4-50)²⁹

1. La ejecución del Programa de Responsabilidad Social para el año 2015, en el que destacan las actividades que viene desarrollando la Empresa como parte de su gestión de responsabilidad social, los alcances del voluntariado realizado por sus colaboradores, así como otras acciones de ayuda humanitaria que se ejecutaron.

2. La obtención del reconocimiento de la Bolsa de Valores como la primera aseguradora que supera el índice de Buen Gobierno Corporativo, y haber conseguido la calificación de ser una de las empresas listadas en Bolsa con las mejores prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

3. La obtención del Premio del World Finance UK como la Mejor Aseguradora de Riesgos Generales y Mejor Aseguradora de Vida en el Perú, por quinto año consecutivo.

4. Alcanzar el puesto 16 dentro de las 100 empresas de mejor reputación del país en la evaluación realizada por MERCO Empresas.

Ocasionalmente, el Directorio delega autoridad en cuestiones económicas, ambientales y sociales como parte de sus funciones. De igual manera, puede celebrar sesiones ordinarias o no presenciales en las cuales solicita información de interés al Gerente General. A su vez, el Gerente General presenta mensualmente la situación de la Empresa. Además, forma parte del Comité de Alta Dirección y el Comité de Responsabilidad Social, donde consulta temas relevantes para decidir en conjunto las acciones pertinentes. Esta función ha permitido a los Directores conocer más sobre los temas económicos, sociales y ambientales que impactan en la Empresa. (G4-35) (G4-43)

Asimismo, en RIMAC Seguros existen cargos con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales como la Subgerencia de Relacionamiento con Grupos de Interés, la cual reporta directamente a la Vicepresidencia de Experiencia del Cliente y Sostenibilidad, así como al Comité de Responsabilidad Social. (G4-36)³⁰

Una de las funciones del Directorio es establecer las disposiciones y crear un ambiente interno que facilite la implementación de la Gestión Integral de Riesgos por parte del Gerente General, la Alta Gerencia y los colaboradores especializados. El Directorio aprueba Políticas y manuales, selecciona a la plana gerencial y aprueba recursos para implementar la Gestión Integral de Riesgos en temas económicos, ambientales y sociales. (G4-45) (G4-46)

²⁸Validada vía correo electrónico por Rodolfo Grados.

²⁹Ficha G4-50 Claudia Montes.

³⁰Ficha G4-36 Claudia Montes.

Actualmente, RIMAC Seguros no cuenta con un mecanismo definido sobre la evaluación del desempeño del Directorio o de sus miembros, ya sea de manera colectiva o individual. Por ello, no existe un proceso de evaluación aplicable. (G4-44)

En su labor como el órgano de mayor importancia dentro de la Empresa, el Directorio toma las decisiones finales en la aplicación de procesos de debida diligencia. En estos casos, el Directorio no consulta a los grupos de interés para identificar y gestionar los impactos, riesgos y oportunidades, pero comunica todos los hechos de importancia a la Superintendencia del Mercado de Valores³¹. (G4-45)

Retribución e Incentivos

De acuerdo a los estatutos de la Empresa y cumpliendo con lo indicado en los Principios de Buen Gobierno Corporativo para sociedades Peruanas, el cargo de director es retribuido mediante el pago de dietas. La Junta General de Accionistas de la Compañía aprueba cada año las dietas de los Directores para el periodo. (G4-51) (G4-52) (G4-53)³²

La relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la Empresa y la retribución total anual media de toda la planilla (sin contar a la persona mejor pagada) fue de 28.7 en el 2014 y 32.5 durante el 2015. Asimismo, la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la Empresa y el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la planilla (sin contar a la persona mejor pagada) fue de 13%. (G4-54) (G4-55)³³

³¹De acuerdo al Reglamento de Hechos de Importancia, Información Reservada y Otras Comunicaciones (Resolución CONASEV N° 107-2002-EF-94.10).

³²Ficha G4-53 Claudia Montes.

³³Ficha G4-54 G4-55 Claudia Ruiz.



**GESTIÓN SOSTENIBLE
EN RIMAC SEGUROS**



GESTIÓN SOSTENIBLE EN RIMAC SEGUROS

La Empresa está convencida que la Responsabilidad Social es el camino para la sostenibilidad de su negocio y entorno. Por esa razón, es que integra sus principios y valores al Planeamiento Estratégico de la Empresa, a través de la adopción de la Guía ISO 26000 como principal herramienta de gestión de la Responsabilidad Social.

Es importante resaltar que RIMAC Seguros está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas que tiene como propósito contribuir a la formación de una sociedad más justa para todos y que promueve la inclusión de criterios de Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

En el 2014 recibió el distintivo Empresa Ejemplar en América Latina con el respaldo de Perú2021, el CEMEFI, la red Forum Empresa y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE). En ese mismo año, realizó la primera auditoría a nivel Latinoamérica para evaluar su desempeño bajo la norma internacional ISO 26000:2010, Guía de Responsabilidad Social realizada por la empresa SGS. En dicha auditoría obtuvo una calificación nivel cuatro sobre cinco, obteniendo el título de "Avanzado" y demostrando los continuos avances en la gestión sostenible y responsable de la Empresa. En el 2015 obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), al cual postulamos por segundo año en el 2014.

Para garantizar el avance en su gestión, RIMAC Seguros cuenta con una Política de Responsabilidad Social y un Comité de Responsabilidad Social que asegura su aplicación. Este comité ha sido reconfirmado a inicios del año 2015 con nuevos miembros que representan a todos los grupos de interés.

El Reporte de Sostenibilidad es revisado y respaldado por el Comité. Su elaboración se aprueba en consenso y, posterior a ello, se evalúan los resultados anuales y establecen nuevos retos para el año siguiente. **(G4-48)**

Ética y Conducta en RIMAC Seguros **(G4-56) (G4-57) (G4-58)**

RIMAC Seguros cuenta con un Código de Conducta que reúne las normas básicas que rigen la actuación diaria de sus colaboradores, dentro de un marco que fomente y ponga en práctica estándares internacionales de ética y conducta, en el trato entre los miembros de la Empresa, y entre éstos con terceros.

El Código de Conducta de RIMAC Seguros es un instrumento de gestión que permite anticiparse a situaciones complejas, estandarizando el comportamiento de los colaboradores y de los proveedores. Las normas contenidas en el Código de Conducta se aplican a todos y cada uno de los miembros de la Empresa, sin excepción alguna, sean directivos, funcionarios y personal en general, así como a los proveedores de RIMAC en lo que resulte pertinente.

El cumplimiento y revisión del Código es responsabilidad del Comité de Cumplimiento de RIMAC Seguros, el cual está integrado por el Gerente General, el Vicepresidente de Gestión y Desarrollo Humano, el Vicepresidente Ejecutivo de Legal y Regulación, el Vicepresidente de Finanzas y Control de Riesgos y el Auditor General, quien además ocupa el cargo de Secretario del Comité.

El Comité de Cumplimiento se encarga de recibir y procesar las denuncias, directas o indirectas, así como de establecer las medidas correctivas y sanciones, aprobar políticas y procedimientos relacionadas con los temas éticos y de conducta, autorizar los casos de excepción, proponer al Directorio las modificaciones que considere necesarias y determinar las acciones necesarias para la difusión del Código.

El Código de Conducta de RIMAC Seguros incorpora un mecanismo de reporte de prácticas no éticas denominado Canal de Integridad. Dicho canal es una herramienta confidencial y privada, a través de la cual, los colaboradores pueden informar, de manera anónima y responsable, sus preocupaciones respecto a situaciones que consideren contrarias a lo indicado en el Código. El Canal de Integridad es operado por Ernst &

³¹De acuerdo al Reglamento de Hechos de Importancia, Información Reservada y Otras Comunicaciones (Resolución CONASEV N° 107-2002-EF-94.10).

³²Ficha G4-53 Claudia Montes.

³³Ficha G4-54 G4-55 Claudia Ruiz.

Young (E&Y), empresa independiente y especializada que se encarga de las asesorías relacionadas con los asuntos que requiera el Comité de Cumplimiento.

El colaborador que da cuenta de una infracción al Código está totalmente protegido frente a cualquier forma de represalia. Cualquier colaborador puede acceder al Canal de Integridad de RIMAC a través de los siguientes medios:

- Página web: <http://www.canaldeintegridad.com/rimac>.
- Correo electrónico: rillac@canaldeintegridad.com.
- Número telefónico o buzón de voz: 0-800 1 8114 (opción 2) o 219-7104 (opción 2).
- Comunicación escrita a Ernst & Young a la dirección Av. Víctor Andrés Belaúnde 171 Piso 6, San Isidro, Lima 27, Lima – Perú, atención Sr. Rafael Huamán.
- Entrevista personal: Av. Víctor Andrés Belaúnde 171 Piso 6, San Isidro, Lima 27, Lima –Perú, preguntando por el Sr. Rafael Huamán.

Gestión de las Inversiones en RIMAC Seguros (G4-14) (G4-HR1)

RIMAC Seguros gestiona sus inversiones a través de un Modelo de Gestión en el que interactúan las áreas de Selección de Activos, Estrategia, Mesa de Negociación y Riesgos de Mercado y Crédito.

Las Políticas de Inversiones son propuestas por el Vicepresidente Ejecutivo de Inversiones al Comité de Inversiones y deben ser aprobadas por este último, el Comité Integral de Riesgos y el Directorio. Si bien dentro de estas Políticas no se encuentra expresamente indicado el tema de Derechos Humanos, dentro del proceso de identificación de alternativas de inversión se sigue un proceso riguroso en el cual no sólo se analizan los aspectos cuantitativos de los emisores sino también los aspectos cualitativos. RIMAC Seguros no invierte en empresas que incumplan cualquier norma local o internacional .

Asimismo, RIMAC Seguros no realiza inversiones en empresas en las que se hubiera demostrado participación en la destrucción del medio ambiente o que hubieran estado involucradas en actividades ilegales .

Gestión del Riesgo frente el Cambio Climático (G4-EC2)

Debido a la naturaleza del negocio como empresa aseguradora, el cambio climático afecta económicamente a RIMAC Seguros a través

de un incremento en la siniestralidad de la cartera de Riesgos Generales y a través de los posibles daños a las instalaciones.

Desde sus áreas de Suscripción e Ingeniería, RIMAC Seguros ha venido adoptando medidas para contrarrestar las consecuencias negativas del cambio climático en los riesgos de lluvia e inundación, que impactan de manera directa en los índices de siniestralidad. Entre estas medidas se incluyen la elaboración del mapa de riesgos por zona geográfica asociados a lluvias e inundaciones, identificación de riesgos asegurados en zonas críticas y revisión de la Política de Suscripción.

De la misma forma, se ha elaborado un set de medidas preventivas básicas que los clientes deben implementar de forma obligatoria, al igual que una cartilla de prevención en caso de lluvias e inundaciones para clientes empresas y para clientes personas, donde se brindan recomendaciones sobre el manejo estructural de sus instalaciones físicas y viviendas.

Durante el año 2014 se inició el desarrollo de la página web de prevención de riesgos y en el año 2015 se habilitó www.prevencionrimac.com, en la que se puede encontrar una sección que hace referencia al fenómeno de “El Niño” y los riesgos asociados. Adicionalmente, cuenta con un artículo muy completo respecto a qué hacer para prevenir los daños productos de lluvias inusuales. La Empresa realizó una campaña de mailing con el objetivo de fomentar la prevención contra lluvias y se organizaron tres charlas en provincias (Chidayo, Trujillo y Piura) referente al fenómeno de “El Niño” y sus consecuencias.

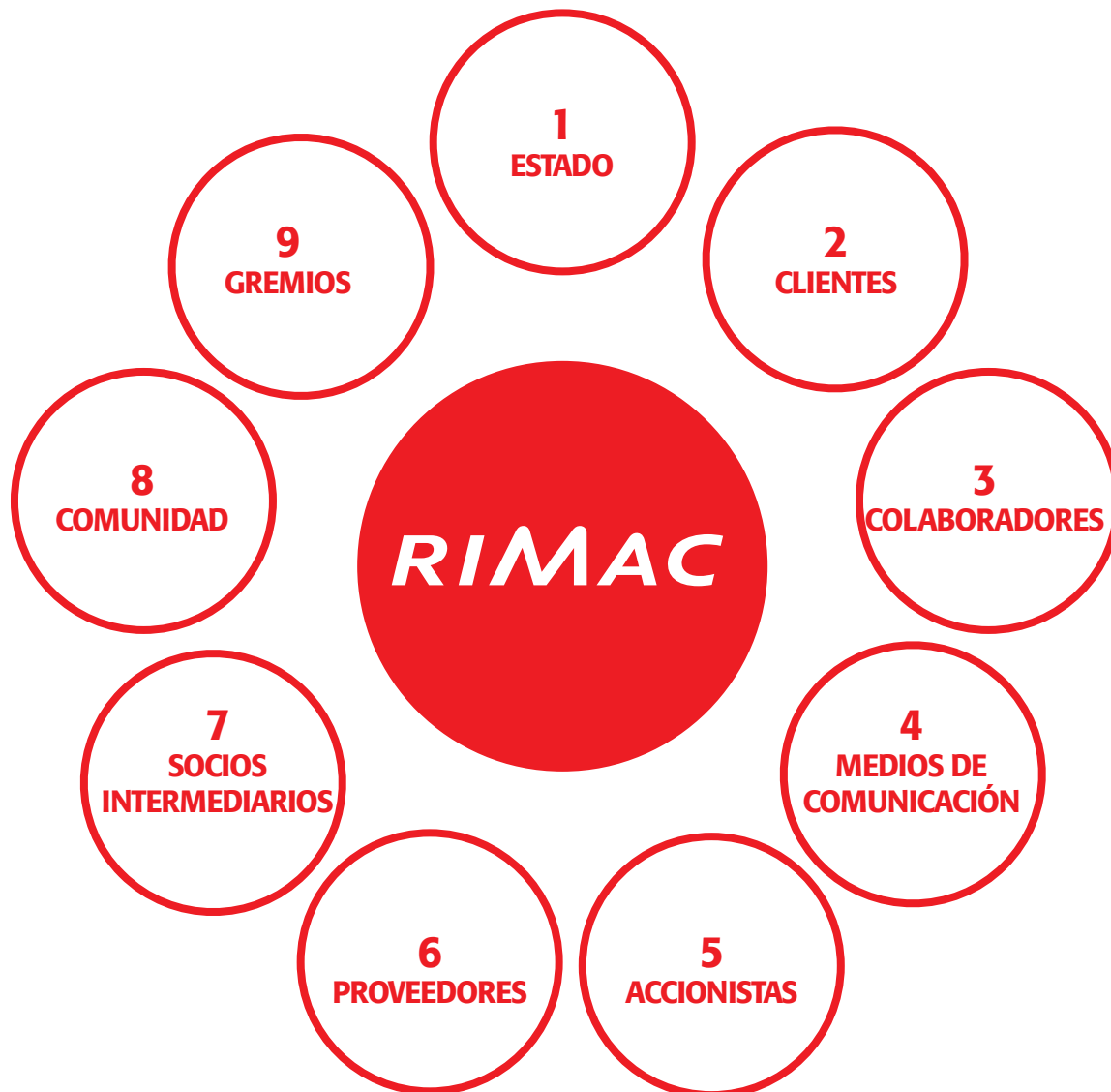
En el 2014 se mantuvo la tendencia de años anteriores con relación a la compra de reaseguro catastrófico. Sin embargo, para el 2015 debido a la presencia del fenómeno, se adecuó la estructura de reaseguro a un esquema que permita a la Empresa gestionar de una manera más eficiente este riesgo. Además, las indemnizaciones causadas por lluvias e inundaciones durante el 2015 fueron de US\$ 1.2 millones cifra inferior a la registrada en el 2013 con un monto de US\$ 4.2 millones .

En cuanto al impacto del cambio climático sobre las operaciones de RIMAC Seguros, se han identificado escenarios de posibles desastres, tales como terremotos, inundaciones, tsunamis, entre otros. Ante un escenario catastrófico, la prioridad de la estrategia de recuperación de RIMAC Seguros estará enfocada en la atención médica y en la indemnización de los siniestros, ya que se prevé un volumen masivo de clientes haciendo reclamaciones en todos los ramos causados por el desastre. Gracias a su Plan de Continuidad del Negocio, la Empresa tiene

un equipo de respuesta ante este tipo de desastres, el cual abordará y gestionará los problemas estratégicos, tácticos y operativos derivados del evento de interrupción, con el objetivo de limitar el daño, aumentar la confianza de nuestros grupos de interés y reducir los costos y los tiempos de recuperación .

Relacionamiento con los Grupos de Interés (G4-24) (G4-25)(G4-26) (G4-27)

En RIMAC Seguros se viene realizando un mapeo de grupos de interés cada tres años, en el cual participan las gerencias encargadas del relacionamiento con cada uno de ellos. Los diálogos se vienen realizando cada dos años. Sin embargo, la Empresa siempre está dispuesta a dialogar a través de sus diferentes canales. (G4-18)



PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS ¹	
Grupo de Interés	Tipo de Participación
Estado	<ul style="list-style-type: none"> • Debates públicos sobre temas relacionados al negocio de RIMAC Seguros. • Alianza con el Ministerio de Educación para el Portal “Yo Me Cuido”. • Convenio con el Gobierno Regional del Callao para promocionar la prevención en educación.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas sobre: Satisfacción, momentos de verdad Aló RIMAC y un análisis de detección de necesidades.
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios anuales de clima laboral. • Charlas de sensibilización en temas de Responsabilidad Social.
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones in house para periodistas y desarrollo del I Concurso de Periodismo ¹.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de los objetivos estratégicos y validación de la Memoria Anual.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para los proveedores incluyendo temas éticos y de Responsabilidad Social. • Estudios de satisfacción.
Socios intermediarios	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas para trabajo en conjunto de Responsabilidad Social con la Asociación Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (APECOSE): proyecto “Yo Me Cuido”. • Mapeo y clasificación de corredores para asegurar que estén alineados a la política de Responsabilidad Social y al Código de Conducta.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Paneles de diálogo llevado a cabo cada dos años
Gremios	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de RIMAC Seguros en diversas mesas de trabajo del gremio, específicamente a través de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG).

A través de paneles, entrevistas y encuestas, RIMAC Seguros logra identificar una serie de expectativas de sus grupos de interés relacionadas a la gestión de la Empresa. Éstos se sometieron a un examen de madurez como parte del proceso de materialidad. El detalle de las expectativas más relevantes se presenta a continuación: (G4-27)

EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS ⁴²	
Expectativas	Grupos de Interés
Formación de colaboradores, gestión de habilidades y desarrollo de carrera.	Colaboradores
Gestión de quejas y sanciones concernientes a productos o servicios prestados.	Clientes
Adaptación de productos o servicios a la capacidad de compra de las personas desfavorecidas económicamente.	Comunidad
Mayor rentabilidad.	Accionistas
Gestión de la contaminación ambiental producida por el transporte de productos o servicios.	Colaboradores y proveedores

⁴²Tomado de los informes de procesos de diálogo con GI.

EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS⁴²

Expectativas	Grupos de Interés
Difusión del código de conducta entre proveedores, corredores de seguros, clientes, y otros grupos de interés. Formación a los trabajadores para identificar y erradicar cualquier posible situación de soborno o corrupción. Formación a los representantes, contratistas y proveedores para identificar y erradicar cualquier posible situación de soborno o corrupción.	Clientes, socios intermediarios, proveedores, colaboradores
Desarrollar un acercamiento entre el área de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros y los medios de comunicación.	Comunidad y Medios de Comunicación
Adecuar la política de suscripción de riesgos y fortalecer el sistema de cobranza.	Socios Intermediarios
Generar merchandising amigable con el medio ambiente.	Comunidad y Medios de Comunicación
Incluir una categoría de ecoeficiencia o cuidado del medio ambiente en los premios a proveedores.	Comunidad y Medios de Comunicación
Brindar actualización constante a los proveedores sobre coberturas de pólizas, cambios en productos y nuevos productos.	Proveedores
Ampliar los proyectos para que se incluyan temas de prevención nacional, por ejemplo, cambio climático.	Comunidad y Medios de Comunicación
Mayor innovación aplicada a los procesos de trabajo.	Colaboradores
Mayor comunicación y retroalimentación hacia colaboradores.	Colaboradores

Valor Económico Generado a los Grupos de Interés (DMA DESEMPEÑO ECONÓMICO)

En el periodo 2014-2015, RIMAC Seguros ha enfrentado importantes desafíos y retos debido al incierto contexto económico que se ha venido presentando para el Perú y el mundo. El sector asegurador se ve impactado por el proceso de desaceleración económica, incertidumbre financiera, cambios regulatorios y llegada de nuevos competidores.

Ante ello, la Empresa ha venido implementando una serie de medidas estratégicas y comerciales que le ha permitido, a pesar del entorno, mantener el crecimiento y consolidar su liderazgo en el sector asegurador.

En el año 2014, los ingresos por primas alcanzaron los US\$ 1,135 millones, monto que es 3% superior al año anterior. En ese mismo periodo, RIMAC Seguros obtuvo una utilidad neta de US\$ 72 millones, lo que representa un incremento del 49% en relación al año 2013.

En el año 2015 los ingresos por primas alcanzaron los US\$ 1,173 millones, monto que es 3% superior al año 2014. Los negocios que tuvieron el mayor crecimiento fueron riesgos generales y vida. En ese sentido se cumplieron las metas operativas y de rentabilidad⁴³.

El valor económico directo creado y distribuido a sus diversos grupos de interés, como vemos detallado a continuación, confirma la buena gestión de RIMAC Seguros. (G4-EC1)⁴⁴

⁴³Ficha DMA Desempeño Económico Javier Calderón. El porcentaje de crecimiento se calculó en base a los resultados del indicador G4-EC1.

⁴⁴Ficha G4-EC1 Alberto Bardales.

Valor económico directo creado (en millones de dólares)	2014	2015
Ingreso netos por primas	\$1,134,7	\$1,173,4
Ingresos financieros	\$143,0	\$134,7
TOTAL INGRESOS	\$1277,6	\$1308,1
Valor económico distribuido (en millones de dólares)		25,241
Clientes		
Pago a clientes por siniestros pagados + ajustes de reservas técnicas + comisiones pagadas + ajustes de Gastos técnicos	\$1038,2	\$1075,8
Saldo	\$239,5	\$232,3
Costes operativos		
Gastos de personal + Gastos administrativos + depreciación y amortización	\$65,2	\$77,3
Colaboradores		
Salarios	\$60,6	\$52,8
Beneficios sociales	\$35,5	\$33,0
Gobierno		
Pago de impuestos	\$6,1	\$1,2
Comunidad		
Inversiones en la comunidad, donaciones deducibles y no deducibles	\$0,3	\$0,2
Accionistas		
Dividendos	\$6,5	\$17,3
TOTAL EGRESOS	\$1212,2	\$1257,6
Valor económico retenido (VER)	\$65,4	\$50,5

Principales Impactos, Riesgos y Oportunidades de los Grupos de Interés de RIMAC Seguros (G4-2)⁴⁵

Grupo de Interés	Impactos	Riesgos u Oportunidades
Colaboradores	Contratación de personas con discapacidad.	Acorde a la LEY ° 29973 General de las personas con discapacidad, RIMAC Seguros continuará con la inclusión de criterios de no discriminación para la contratación de personal.
Colaboradores	Mejor gestión y control de posibles prácticas anticorrupción.	RIMAC Seguros reporta las operaciones con mayor riesgo. El tema es monitoreado dentro de la empresa y mapeado por la SBS. Se cuenta con una Política Anticorrupción y un Manual para la prevención del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.
Clientes	Mayor eficiencia en costos y fidelización de clientes a través de la compensación de pólizas.	RIMAC Seguros compensa todas las pólizas de la empresa y entrega las pólizas en bolsas biodegradables.
Clientes	Fidelización y expansión de la cultura de prevención entre clientes.	RIMAC Seguros elaboró los cuentos "Aprendiendo a Cuidarme" y junto con la revista "Todo Va a Estar Bien" promueve una cultura preventiva hacia sus clientes.
Comunidad	Expansión de la cultura de prevención entre la comunidad educativa .	A través del programa de prevención "Yo Me Cuido".
Gremios e Instituciones	Incremento de la cultura en Seguros.	Trabajo en educación en seguros a través de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG), con la web "Habla Claro" y el concurso de periodismo financiero a través de APESEG.
Socios Intermediarios	Educación en gestión ética a los socios intermediarios para reducir los riesgos reputacionales.	Se realizó un mapeo y clasificación de corredores de seguros para asegurar que están alineados a la política de Responsabilidad Social y al Código de Ética de RIMAC Seguros.
Proveedores	Mayor control de los riesgos en la cadena de suministro.	RIMAC Seguros realiza procesos de homologación a sus proveedores técnicos y administrativos, en las evaluaciones a los proveedores administrativos se incluyen criterios relativos a las prácticas laborales y derechos humanos y de Responsabilidad Social.
Estado	Respaldo a la gestión de Responsabilidad Social y educación en prevención.	Alianza mediante acta de compromiso con el Ministerio de Educación para aval del Portal "Yo Me Cuido".

⁴⁵Elaborado por Perú 2021 sobre la identificación de impactos de sostenibilidad y la presentación "Comité Abril 2015_Plan RS"

Política de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros

COMPROMISO CON EL FUTURO

ESTADO



Creemos firmemente en la colaboración entre la empresa y el Estado. Cumplimos estrictamente las regulaciones y colaboramos con opiniones y posiciones que enriquezcan los debates de temas públicos. Para ello, también participamos en varias instancias gremiales.

CLIENTES



Son nuestro objetivo primordial y por quienes trabajamos. Buscamos conocerlos a fondo, brindarles información transparente y ofrecerles un servicio excelente.

SOCIOS INTERMEDIARIOS



Trabajamos iniciativas que permitan fortalecer la función de asesoramiento al cliente que prestan los corredores y proveemos información a los diversos canales para llegar con información completa al cliente.

PROVEEDORES



Son parte importante de nuestra cadena de valor. Buscamos establecer relaciones duraderas, basadas en la confianza, la transparencia, las condiciones equilibradas de poder, el respeto a los compromisos asumidos y los valores de la compañía.



COLABORADORES



Retribuimos el esfuerzo de nuestros colaboradores con óptimas condiciones laborales, buen clima de trabajo y el estímulo de su desarrollo integral, tanto profesional como personal. De esta manera, mantenemos al mejor talento del mercado asegurador.

COMUNIDAD



Prevención y educación en cultura de Seguros son nuestros ejes. El portal www.yomecuido.com.pe, los programas de cuentos para niños y un trabajo gremial en educación en Seguros con prensa y otros grupos de interés son lo más resaltante.

ACCIONISTAS



Buscamos mantener una relación ética y transparente con nuestros accionistas. Desde el 2013 formamos parte del Índice de Buen Gobierno Corporativo de la Bolsa de Valores de Lima.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Nuestra relación con los medios es fluida, abierta y transparente. Brindamos información relevante y oportuna porque entendemos el importante rol que cumplen al informar. Capacitamos a los medios para que puedan formar mejor opinión y crear una cultura de seguros.



VISIÓN INTEGRAL DEL CLIENTE

Para RIMAC Seguros los clientes son su razón de ser. Por ello, durante estos dos últimos años ha adecuado la organización, procesos, productos y tecnología a satisfacer sus necesidades.

La Visión Integral del Cliente (VIC) significa reinventarse día a día para convertirse en una empresa que busca relaciones sólidas y duraderas con sus clientes. Supone transformar la plataforma de la Empresa para acceder a las nuevas tecnologías que permiten almacenar mucha más información y procesarla velozmente. Mientras más conectados con los clientes, mejor se sabrá qué necesitan y cómo suplir sus carencias de formas innovadoras y agradables.

El principal interés de la Empresa no es vender un seguro, sino construir una relación profunda y permanente con sus clientes. Esto significa cuidar de ellos y sus familias para construir un ambiente de tranquilidad en el cual puedan crecer juntos⁴⁶.

El cumplimiento regulatorio de los productos y servicios, el lanzamiento de nuevos productos o la revisión de los existentes, se realiza mediante la intervención de diversas áreas como Riesgos Operacionales, Gobierno de Datos, Legal & Regulación, Cumplimiento Normativo, entre otras. Adicionalmente, el Comité de Gestión Integral de Riesgo aprueba los informes asociados a los productos, siendo uno de ellos el regulatorio. Asimismo, a través del portal www.rimac.com.pe, se brinda orientación a los usuarios sobre los mecanismos para poder presentar reclamos o recomendaciones⁴⁷. **(DMA Cumplimiento Regulatorio)**

A pesar de los esfuerzos institucionales, durante los periodos 2014 – 2015, RIMAC Seguros recibió seis multas, tres en cada periodo,

relacionadas al incumplimiento normativo relativo al suministro y el uso de productos y servicios, equivalente a S/387,851.35.

(G4-PR9)⁴⁸

Salud y Seguridad del Cliente (DMA Salud y Seguridad de los Clientes) (G4-PR1) (G4-PR2)⁴⁹

Los productos que RIMAC Seguros ofrece buscan proteger a los clientes de los riesgos a los cuales están expuestos, por ello fomenta la realización de chequeos según el protocolo preventivo de los planes de salud de sus clientes.

“Cuidate” es un Programa de acceso libre y voluntario para enfermos crónicos⁵⁰. Está diseñado para mejorar la calidad de vida de los usuarios, poniendo a disposición del asegurado un médico de cabecera y asesoría continua. Ofrece, sin costo para el paciente, educación, consejería, consultas ambulatorias y tratamiento farmacológico. Logra mantener controlados en promedio al 90% de los pacientes, que se traducen en menores tasas de hospitalización y atenciones por emergencias. En diciembre 2014 el Programa “Cuidate” tenía inscritos 10,313 afiliados y 12,004 a noviembre del 2015. De la misma manera, se redacta boletines mensuales con énfasis en prevención y promoción de la salud, que se publican como parte del boletín “Todo va a estar bien”⁵¹.

La página web “Estar bien” (www.rimacestarbien.com) es una iniciativa que pone al alcance de los clientes información y artículos de interés, teniendo como pilares la promoción de una vida sana (actividad física, nutrición y estilo de vida) y cuidado integral de la salud⁵².

⁴⁶Tomado de la Memoria Anual 2014

⁴⁷Ficha DMA Cumplimiento Regulatorio José Felipa.

⁴⁸Ficha G4-PR9 Susana Lucar.

⁴⁹Ficha G4-PR9 Susana Lucar.

⁵⁰Enfermos crónicos con hipertensión arterial, diabetes mellitus tipo 2, dislipidemia y/o asma bronquial.

Tomando en cuenta la naturaleza del negocio asegurador, el servicio se desarrolla mediante la comercialización de pólizas de seguros. El ciclo de vida de la póliza depende del cliente y la entidad aseguradora y quedan regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes. El 100% de los productos de RIMAC Seguros son pólizas, por lo tanto son inofensivos y no afectan ni la salud ni la seguridad de sus clientes⁵³. **(G4-PR1)**

Durante los años 2014 y 2015 se presentaron seis y ocho casos respectivamente que afectaron la salud de los clientes. Sin embargo, es importante mencionar que RIMAC Seguros cuenta con un riguroso proceso de contratación, el mismo que tiene como base la legislación vigente y los criterios de los reguladores en ámbitos de salud y seguridad, así como altos estándares de calidad.

Transparencia en la información (DMA Etiquetado de los productos y servicios)

RIMAC Seguros garantiza la transparencia de la información de sus productos y servicios a través del Procedimiento de Aseguramiento de Calidad, el Procedimiento de Control de Calidad de Pólizas y el Manual de Atención de Reclamos, aplicables a todos los canales de atención de RIMAC Seguros y otras áreas responsables. Estos documentos tienen como fin brindar una atención transparente y de calidad a los clientes e informarles sobre los productos que se le ofrecen. Además, establecen las pautas para gestionar el correcto diseño de los seguros que brinda la Empresa.

Mediante el portal RIMAC Habla Claro (www.rimachablaclaro.com) la Empresa ofrece información clara y sencilla acerca de sus

productos y muestra de manera amigable el funcionamiento de los seguros. **(G4-FS14)**⁵⁴

RIMAC Seguros cuenta con un Proceso de Desarrollo de Productos y con un Manual de Gestión de Riesgos, los cuales permiten evaluar los riesgos asociados, definir las especificaciones y otros requerimientos previos al lanzamiento de nuevos productos⁵⁵.

Todos los productos de seguros incluyen la información que exige la normativa vigente. Estas son revisadas con anterioridad por el área Legal de la Empresa, previa a su presentación a la SBS, para que les sean otorgados los códigos de registro. Con relación a esto, el 100% de los productos están sujetos a la regulación de la SBS y deben incluir como mínimo la siguiente información⁵⁶: **(G4-PR3)**

⁵¹Ficha DMA Salud y Seguridad de los clientes Antonio Felices

⁵²Actualizado por Luciana Caravedo

⁵³Ficha G4-PR1 Carlos Miguel Salazar.

⁵⁴Tomado de la Infografía de la Política de RS de RIMAC Seguros.

⁵⁵Ficha DMA Etiquetado de Productos y Servicios Claudia Montes.

⁵⁶Ficha G4-PR3 José Felipa.

PÓLIZAS

- Nombre, denominación o razón social y domicilio del asegurador.
- Persona, bien o prestación asegurada.
- Riesgos cubiertos y exclusiones.
- Fecha de emisión y plazo de vigencia material.
- El importe de la prima.
- Valor declarado, suma asegurada o alcance de la cobertura.
- Franquicias y deducibles pactados.
- Cuando corresponda, el número del registro oficial del corredor de seguros y la comisión que este ha de percibir; así como de la comisión que corresponde a la venta.
- En caso de haber fraccionamiento de la prima, un cronograma de cuotas.
- En los casos de seguros de vida y de accidentes personales con cobertura de fallecimiento o de muerte accidental, la indicación de que el contrato forma parte del Registro Nacional de Información de Contratos de Seguros de Vida y de Accidentes Personales con Cobertura de Fallecimiento o de Muerte Accidental, creado mediante la Ley 29355.
- En los casos de seguros de daños patrimoniales, la indicación de que la existencia de dos o más pólizas cubriendo el mismo riesgo.
- Las demás condiciones particulares del contrato y anexos de la póliza.
- Otras que determine la SBS.



HOJA RESUMEN DE PÓLIZA

INFORMACIÓN GENERAL

- Información contacto de la Empresa.
- Denominación del producto.
- Lugar y forma de pago de la prima.
- Medio y plazo para el aviso del siniestro.
- Lugares autorizados para solicitar la cobertura del seguro.
- Canales de Atención y recepción de reclamos de la Empresa.
- Instancias habilitadas para presentar reclamos y/o denuncias como la Superintendencia, el INDECOPI, entre otros, según corresponda.
- Cargas.
- Agravaciones del riesgo asegurado.

INFORMACIÓN DE LA PÓLIZA

- Los principales riesgos cubiertos.
- Las principales exclusiones.
- Condiciones de acceso y límites de permanencia.
- En caso corresponda, la existencia del derecho de arrepentimiento.
- Referencia al derecho de resolver el contrato sin expresión de causa.
- La existencia del derecho de los usuarios de aceptar o no las modificaciones de las condiciones contractuales propuestas por la Empresa, durante la vigencia del contrato.
- Referencia al procedimiento para la solicitud de cobertura del seguro.

FOLLETOS INFORMATIVOS

- Breve descripción del producto.
- Código de Registro SBS.
- Coberturas y exclusiones.
- Deducibles, franquicias, copago o coaseguro, según corresponda.
- Penalidades en caso incumplan condiciones para el otorgamiento de condiciones promocionales.
- Los canales para presentar los reclamos y brindar información sobre ubicación, página web y teléfono de la Empresa.
- El derecho del cliente a designar a un corredor de seguros como su representante frente a la Compañía para efectuar actos administrativos.
- Otros.

Durante el periodo 2014-2015, RIMAC Seguros no ha tenido incumplimientos de la normativa relativos a la información y etiquetados de sus productos y servicios. (G4-PR4)⁵⁷

Gestión de la Comunicación Publicitaria (DMA Genérico Comunicaciones de Marketing) (G4-PR7)

La Empresa cuenta con una Política de Comunicación Publicitaria que está basada en criterios éticos, ambientales y de no discriminación, alineados con los principios de la marca "RIMAC Seguros". Dentro de la División de Marketing, hay tres áreas gestoras de la comunicación⁵⁸:

- Marketing Personas, encargada de toda comunicación directa a los clientes personas naturales.
- Marketing Empresas, encargada de toda la comunicación enviada a clientes corporativos y corredores de seguros.
- Publicidad y Marca, a cargo de la gestión de la comunicación masiva (clientes y público en general).

Durante el 2014 y 2015, RIMAC Seguros produjo aproximadamente 2,168 piezas publicitarias por año, cifra que incluye las piezas diseñadas por la Empresa y que son consideradas material institucional. Del total de piezas publicitarias emitidas, no se han registrado incidentes⁵⁹. Durante este periodo, RIMAC Seguros no recibió sanción alguna relacionada a sus comunicaciones de marketing, publicidad, promoción o patrocinio⁶⁰.

Privacidad del Cliente (DMA Genérico Privacidad del Cliente) (G4-PR8)

RIMAC Seguros cuenta con una Política de Seguridad de la Información. Esta política define los diferentes roles y responsabilidades de los colaboradores respecto a la protección de los activos de información así como a la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los mismos.

Durante el 2015 se tuvieron importantes resultados referidos a la actualización del inventario de activos de información y análisis de riesgos de seguridad de la información a nivel de toda la Empresa. Esto ha permitido identificar las acciones de mejora para mitigar los riesgos en los principales procesos, aplicaciones y ubicaciones físicas más sensibles.

La adecuación de los procesos y sistemas de información a los requerimientos de seguridad definidos en la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733) fue uno de los proyectos clave dentro de la gestión de RIMAC Seguros en los últimos dos años. Esto permitió que el tratamiento de los datos personales de los clientes se realice previa autorización de los mismos para compartirla con la empresa y que se habiliten procedimientos para atender solicitudes de clientes referentes al manejo de su información personal. Asimismo, los colaboradores de RIMAC Seguros reciben entrenamiento y concientización constante sobre comportamientos que deben seguir para el cuidado de la información en su día a día. De esta forma, la Empresa cumple con lo exigido por las normativas vigentes en temas de seguridad de la información, protección de la privacidad de datos personales y manejo de información privilegiada en temas de inversión⁶¹.

Dando cumplimiento adecuado a la Política de Seguridad de Información, RIMAC Seguros no recibió reclamos relacionados a la fuga de información en el periodo 2014-2015. Se ha considerado el total de reclamos de la compañía en primera y segunda instancia. Asimismo, no se ha reportado o notificado robos o pérdidas de datos personales correspondiente a la cartera de clientes. ⁶²(G4-PR8)

Satisfacción del Cliente (G4-PR5)

La evaluación de la satisfacción de los clientes personas se mide a través de encuestas telefónicas realizadas de manera diaria a una determinada población de asegurados que ha hecho uso de diversos servicios de la empresa. Todas las encuestas evalúan, en una escala de 5 puntos (donde "5" es "Totalmente satisfecho" y

⁵⁷Ficha G4-PR4 Susana Lucar.

⁵⁸Ficha DMA Comunicaciones de Marketing Elizabeth Burga.

⁵⁹Ficha G4-PR7 Susana Lucar.

⁶⁰Ficha G4-PR7 Susana Lucar.

⁶¹Ficha DMA Privacidad del Cliente SI y GD.

⁶²Ficha G4-PR8 Susana Lucar.

⁶³Ficha G4-PR5 Carlos Hoyos.

“1” es “Totalmente insatisfecho”) distintos atributos relacionados al servicio, como la rapidez en la atención, claridad en la información, entre otros. De las respuestas obtenidas se calcula el indicador de satisfacción Top 2 Box (todos aquellos que marcaron “5” y “4”) y el indicador de insatisfacción Bottom Box (todos aquellos que marcaron “1”). Los resultados de los años 2014 y 2015 se expresan en la siguiente tabla :

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN/INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE RIMAC SEGUROS					
Estudios	¿Qué mide?	T2B (Satisfacción)		BB (Insatisfacción)	
		2015	2014	2015	2014
AMBULATORIA CLÍNICAS	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de las 17 principales clínicas que se encuentran dentro de la cobertura.	84%	82%	1%	3%
TALLERES	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de los principales talleres concesionarios y multimarca que se encuentran dentro de la cobertura.	80%	80%	4%	4%
EMERGENCIA - SALUD	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de los médicos telefónicos, médicos a domicilio y ambulancias, durante su emergencia de salud.	85%	88%	3%	2%
EMERGENCIA - VEHÍCULOS	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de nuestra central de emergencias, procuradores, grúa, auxilio mecánico y chofer de reemplazo durante su emergencia vehicular.	87%	90%	3%	3%
CONSULTAS - CLIENTES	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de atención de consultas o requerimientos por parte de nuestro Contact Center.	75%	77%	8%	7%
ATENCIÓN PRESENCIAL - LIMA	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de las plataformas de atención presencial en Begonias, Paseo del Parque y Miraflores.	82%	86%	2%	3%
ATENCIÓN PRESENCIAL - PROVINCIA	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de las plataformas de atención presencial en Trujillo, Chiclayo, Piura, Cajamarca, Iquitos, Huancayo, Cusco y Arequipa	86%	87%	2%	4%

INICIATIVAS PARA MEJORAR LA EDUCACIÓN EN SEGUROS⁶⁴ RIMAC SEGUROS (DMA ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS)

Durante el periodo 2014-2015 se implementaron diversas iniciativas dirigidas a fomentar la educación en seguros hacia los clientes y la sociedad.

En el marco de una gestión socialmente responsable, RIMAC Seguros viene desarrollando programas a favor de la prevención. Uno de ellos es un portal interactivo que se lanzó en el año 2013 para estudiantes, docentes y padres de familia de todo el país. Este portal cuenta con juegos, infografías, material didáctico y cuentos infantiles que aluden a la prevención en casa y promueven hábitos saludables. Además, brinda información precisa, oportuna, entretenida y de fácil acceso.

En el año 2015, RIMAC Seguros realizó charlas en las principales Universidades y Escuelas de Postgrado sobre gestión de riesgos, prevención y educación financiera. El objetivo de estas charlas fue brindar información del sector asegurador y acercar a la Alta Gerencia de la Empresa al sector académico.

Siendo parte de importantes gremios del país como la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG), la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), la Bolsa de Valores de Lima (BVL), La Sociedad de Comercio Exterior (COMEXPERÚ), entre otros; RIMAC Seguros mantiene representantes en la mayoría de sus comités internos, frentes desde donde trabaja intensamente para buscar mejoras y mayores oportunidades para todos los involucrados en el mercado asegurador peruano.

Desde el gremio asegurador, durante el año 2015 se ha venido trabajando de manera activa brindando charlas de capacitación y lanzando concursos para periodistas, participación en foros académicos.

⁶⁴Ficha G4-FS16 Luciana Caravedo

GESTIÓN DE NUESTROS COLABORADORES



GESTIÓN DE NUESTROS COLABORADORES

Los colaboradores de RIMAC Seguros son quienes forjan el liderazgo y solidez de la empresa, por ello el esfuerzo de cada uno se ve retribuido con óptimas condiciones laborales, buen clima laboral y el estímulo de su desarrollo integral, tanto profesional como personal. De esta manera, RIMAC Seguros, mantiene al mejor talento del mercado asegurador⁶⁵.

RIMAC Seguros cuenta con canales de diálogo entre jefes y colaboradores. Cuenta, además, con encuestas de opinión, canales de comunicación con la Alta Gerencia y un boletín electrónico semanal⁶⁶. De esta forma, en caso de haber cambios organizacionales, la Empresa comunica a sus colaboradores dentro de un periodo de dos semanas aproximadamente⁶⁷. **(DMA Relación entre los colaboradores y la Dirección) (G4-LA4)**

En el año 2014 se conformó un Sindicato dentro de la Empresa, el cual está inscrito ante el Ministerio de Trabajo, pero a la fecha no se cuenta con un convenio colectivo⁶⁸. **(G4-11)**

Respecto a los planes de jubilación, todos los colaboradores de RIMAC Seguros están afiliados a un sistema de pensiones, el cual puede ser estatal o privado, de acuerdo a la elección del colaborador. Actualmente la empresa no cuenta con planes de jubilación adicionales a los que se ofrecen por ley⁶⁹. **(G4-EC3)**

Beneficios a los colaboradores

RIMAC Seguros ofrece beneficios a sus colaboradores a nivel nacional desde el primer día de ingreso a la Empresa⁷⁰: **(G4-LA2)**

- Seguro de vida ley (primera y segunda capa).
- Descuentos en Seguros privados de Salud, Vehicular, Vida,

Viajes, SOAT y Domiciliario Planes de Salud EPS subsidiados por la Empresa.

- Descuentos corporativos en diferentes rubros como restaurantes, gimnasios, viajes, etc.
- Descuentos en educación en diferentes universidades e institutos.
- Cuponerías de días libres.
- Tarifa especial en combustible.
- Canasta navideña.
- Regalos para los hijos de los colaboradores.
- Bono por educación para los hijos de los colaboradores.
- Horario de verano.

Demografía de los Colaboradores (G4-10)

Al 31 de diciembre del 2014, RIMAC Seguros contó con 3,565 colaboradores, de los cuales 3,449 eran colaboradores directos, 73 practicantes y 43 subcontratados⁷¹. El índice de rotación en el año 2014 fue de 50.79%. Este alto porcentaje se debe a que una gran proporción de los colaboradores de RIMAC Seguros está compuesta por Fuerza de Ventas, área en donde la rotación es alta como en todas las empresas del sector. Por esta razón, se puede ver una rotación específica de 69.82% en la Fuerza de Ventas y de 29.40% entre el resto de los colaboradores⁷². **(G4-LA1)**

Al 31 de diciembre del 2015, RIMAC Seguros contó con 3,595 colaboradores, de los cuales 3,474 eran colaboradores directos, 77 practicantes y 44 subcontratados⁷³. El índice de rotación en el año 2015 fue de 46.56%, con una rotación específica de 65.22% en la Fuerza de Ventas y de 24% entre el resto de los colaboradores. **(G4-LA1)**

⁶⁵Tomado de la infografía de la Política de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros.

⁶⁶Ficha G4-11 G4-LA4 Eduardo Cueva.

⁶⁷Ficha G4-11 G4-LA4 Eduardo Cueva.

⁶⁸Ficha G4-11 G4-LA4 Eduardo Cueva.

⁶⁹Ficha G4-EC3 G4-LA2 Claudia Ruiz.

⁷⁰Ficha G4-EC3 G4-LA2 Claudia Ruiz.

⁷¹Ficha G4-10 Úrsula La Torre

⁷²Ficha G4-LA1 Úrsula La Torre

⁷³Ficha G4-10 Úrsula La Torre

DESGLOSE DE COLABORADORES EN EL AÑO 2014			
SECTORES ABASTECIDOS	GÉNERO	NÚMERO	TOTAL
Colaboradores directos ⁷⁴	Femenino	2,090	3,449
	Masculino	1,359	
Colaboradores subcontratado	Femenino	18	43
	Masculino	25	
Practicante	Femenino	33	73
	Masculino	40	
TOTALES	Femenino	2,141	3,565
	Masculino	1,424	

DESGLOSE DE COLABORADORES EN EL AÑO 2015			
SECTORES ABASTECIDOS	GÉNERO	NÚMERO	TOTAL
Colaboradores directos ⁷⁵	Femenino	2,115	3,474
	Masculino	1,359	
Colaboradores subcontratado	Femenino	12	44
	Masculino	32	
Practicante	Femenino	40	77
	Masculino	37	
TOTALES	Femenino	2,167	3,595
	Masculino	1,428	

Reclutamiento y Selección (DMA Empleo)

RIMAC Seguros cuenta con diferentes programas de atracción del talento, los cuales se detallan a continuación⁷⁶:

- Ferias Laborales presenciales y virtuales en las principales universidades.
- Desarrollo del Portal Laboral "Trabaja con nosotros", que se encuentra en la página web de la Empresa.
- Programa Trainee: Selecciona a 2 candidatos recién egresados con mejor desempeño para pasar por áreas core del negocio. Este programa estará abierto todo el 2016.
- Programa de Practicantes: Todos los meses se evalúan grupos de practicantes lo cual permite mapear a los mejores estudiantes para cubrir las vacantes abiertas y tener un back up para las futuras posiciones. El programa en el 2015 ha logrado un índice de efectividad de 47% reclutando a 338 practicantes para lograr la selección de 160 estudiantes.

Gestión de la Salud y Seguridad en el Trabajo (DMA Salud y seguridad en el trabajo) (G4-LA5) (G4-LA6) (G4-LA7) (G4-LA8)

RIMAC Seguros tiene como objetivo fomentar un ambiente de trabajo seguro y saludable, para ello se viene implementado un sistema de gestión con la participación activa de todos los colaboradores y en base a la normativa vigente.

⁷⁴Todos los colaboradores directos a plazo fijo e indeterminado trabajan a tiempo completo

⁷⁵Durante el 2015, solo una colaboradora con contrato a plazo fijo trabajó a tiempo parcial. Todos los demás colaboradores trabajaron a tiempo completo.

⁷⁶Ficha DMA Empleo Eduardo Cueva.

Los colaboradores conocen la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), la cual está publicada en cada sede a nivel nacional y en la página web de la Empresa. Además, reciben el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo y cumplen con sus inducciones desde el momento de su ingreso. También asisten a cuatro capacitaciones adicionales durante el año y realizan sus evaluaciones médicas ocupacionales al ingresar a la Empresa, una revisión anual y al retirarse de la Compañía.

Con el apoyo de la Escuela de Negocios, la Empresa da cumplimiento a los cuatro cursos regulatorios de Seguridad y Salud en el Trabajo. Durante el 2015, las capacitaciones que recibieron los colaboradores estuvieron enfocadas a Primeros Auxilios, Estilo de Vida Saludable, Pausas Activas y Lugar de Trabajo Ordenado.

RIMAC Seguros cuenta con un Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo 2014 – 2016 conformado por cuatro miembros titulares y cuatro miembros suplentes (dos designados por la empresa y dos elegidos por los colaboradores). El 100% de los colaboradores que se encuentran en planilla tienen representación en los comités de Seguridad y Salud en el Trabajo. El comité sesiona mensualmente y, entre sus funciones, se encarga del diseño del Procedimiento de Registro e Investigación de Accidentes e Incidentes de Trabajo.

Durante el periodo 2014 – 2015, RIMAC Seguros no ha reportado enfermedades ocupacionales ni accidentes de trabajo mortales. En el 2015, una Asesora de Seguros de la ciudad de Arequipa, que forma parte de la planilla de la Empresa, sufrió una caída, generando un esguince cervical y una contusión dorsal. Estuvo con descanso médico por 106 días, con recuperación completa.

RIMAC Seguros no cuenta con puestos de trabajo de alto riesgo y al no contar con acuerdos colectivos con su sindicato, no se incluyen temas de seguridad y salud ocupacional⁷⁷.

Capacitación y Desarrollo (DMA Capacitación y Educación) (G4-LA9) (G4-LA10) (G4-LA11)

RMAC Seguros cuenta con un plan de capacitación anual que es elaborado a partir de un proceso interno de consultoría y que permite identificar las principales barreras para el óptimo rendimiento de las áreas. Los programas de formación se clasifican de la siguiente manera:

- Regulatorios: Programas de formación con conocimientos de difusión obligatoria para toda la empresa.
- Individual: Programas de formación externas dirigidos a determinados colaboradores que tengan una necesidad de formación que no se encuentre dentro de la empresa.
- Colectivos: Programas de formación dictados por facilitadores internos o externos para un grupo de colaboradores. Se dictan a través de la Escuela de Negocios de RIMAC.

Todos los programas de formación se clasifican por áreas temáticas: Ventas y Servicios, Seguros y Management. Los contenidos son trabajados mediante clases presenciales, virtuales o mixtas, con el objetivo de facilitar la transmisión del conocimiento⁷⁸.

Horas de capacitación	2014	2015
Capacitación Colectiva	1,180	975
Capacitación Individual	1,273	2,827
Total horas de capacitación	2,453	3,802

⁷⁷Ficha G4-LA5 G4-LA6 G4-LA7 G4-LA8 Eduardo Cueva.

⁷⁸Ficha G4-LA9 G4-LA10 G4-HR2 Fernando Bulnes.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	
2014	2015
MANAGEMENT	MANAGEMENT
90 minutos de actualidad económica.	Certificación en Contabilidad.
Ciclo de Conferencias Especializadas.	Ciclo de Conferencias Especializadas.
Creciendo: Desarrollo de Habilidades.	Negociación Avanzada.
Finanzas para No Especialistas.	Programa de Formación de Docentes.
Negociación.	Programa de Transferencia de Conocimientos.
Programa de Transición al Liderazgo.	Programa de Transición al Liderazgo.
Programa Personal Trainer.	Taller de Liderazgo.
Programa Excel.	
Programa EDEX / Centrum.	
Liderazgo: Lidera para Jefes.	
SEGUROS	SEGUROS
Programa de Seguros Nivel Intermedio.	Certificación en Ingeniería de Riesgos.
Certificación en Riesgos Laborales.	Certificación en Riesgos Laborales.
Certificación en Riesgos Generales.	Formación en Derecho de Daños.
Certificación en Asistencia Médica Individual.	Programa de Formación en Seguros.
Certificación en Riesgos de Transportes.	Programa de Prevención de Riesgos.
Programa de Formación en Derecho de daños.	Programa de Seguros.
Certificación en Ingeniería de Riesgos.	
VENTAS Y SERVICIOS	VENTAS Y SERVICIOS
Programa de Especialización en Gestión de Ventas	Capacitación en Experiencia al Cliente
Detección de billetes, monedas y DNI falsos	Programa de Atención Telefónica
Comunicación oral: Experiencia al Cliente	

De la misma manera, RIMAC Seguros realiza anualmente una Evaluación de Desempeño a todos sus colaboradores. En el 2014, el 93% de colaboradores cumplió con realizar dicha evaluación. En el 2015, la evaluación de desempeño se envió a 2023 colaboradores y al cierre del presente reporte, se encuentra en la etapa de la evaluación final por lo que no se cuentan con los resultados para este periodo⁷⁹.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO 2014		
GÉNERO	NÚMERO	PORCENTAJE
Masculino	865	43%
Femenino	1154	57%

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO 2014		
CATEGORÍA LABORAL	NÚMERO	PORCENTAJE
Empleados	1632	81%
Secretarias	28	1%
Jefes	214	11%
Sub - Gerentes	77	4%
Gerentes	68	3%

⁷⁹Ficha G4-LA11 María Cecilia Peña.

Clima Laboral

En el 2015, RIMAC Seguros realizó la medición anual de Clima Laboral a través de una encuesta de Clima y Efectividad Organizacional, elaborada por HayGroup. La encuesta mide cuatro dimensiones y diecinueve factores y se aplicó a todos los colaboradores. Los resultados muestran una favorabilidad de 70% y 11% de desfavorabilidad, con una participación del 87%.

A partir de los resultados obtenidos y del desglose detallado, se realizaron Planes de Acción por cada División de la Empresa, los cuales fueron ejecutados durante todo el 2015. Los resultados forman parte del indicador de Clima 2015 para el Nivel Gerencial.⁸⁰

Derechos Humanos (DMA Trabajo Infantil) (DMA Trabajo Forzado) (DMA Libertad de Asociación y negociación colectiva) (G4-HR4) (G4-HR5) (G4-HR6)

Desde el año 2011, RIMAC Seguros forma parte del Pacto Mundial, iniciativa voluntaria promovida por las Naciones Unidas, comprometiéndose a llevar a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción a través de la aplicación de sus diez principios. (G4-15)⁸¹

Por la naturaleza de su negocio, la Empresa no considera que sus operaciones se encuentren en riesgo de trabajo infantil, de trabajadores jóvenes expuestos a trabajos peligrosos o de trabajo forzado. Asimismo, no restringe la libertad de asociación ni la negociación colectiva a sus colaboradores de cualquiera de sus oficinas de Lima y provincias. Como consecuencia, no se han identificado casos en los que dicho derecho haya sido vulnerado en el periodo que incluye este Reporte⁸².

De igual manera, RIMAC Seguros no ha identificado incidencias de trabajo infantil, de trabajadores jóvenes expuestos a trabajos

peligrosos o de trabajo forzoso por parte de sus proveedores. Sin embargo, para poder hacer un mejor seguimiento del respeto a estas normas por parte de sus proveedores, la Empresa inició un proceso de homologación que evalúa el cumplimiento de los derechos laborales fundamentales en ellos. Este proceso se irá ampliando paulatinamente a toda la base de proveedores en los siguientes años. Adicionalmente a estos convenios, se viene insertando una cláusula sobre Responsabilidad Social que ayuda a conocer y alinearse a la gestión que realiza la Empresa en este campo⁸³.

RIMAC Seguros rechaza cualquier acto de discriminación, es por ello que en el Reglamento Interno de Trabajo y el Código de Conducta se prohíbe cualquier tipo de discriminación y sanciona las conductas que afecten dichas prohibiciones⁸⁴. Durante el periodo 2014 – 2015 no se recibieron reclamos o denuncias referidas a actos de discriminación⁸⁵. (DMA No Discriminación) (G4-HR3)

Si bien durante estos años no se desarrollaron actividades de formación en temas de Derechos Humanos dirigidas a los colaboradores de RIMAC Seguros, estos pueden acceder a información al respecto en la web de Responsabilidad Social de la empresa⁸⁶. Asimismo, mediante la capacitación al Código de Protección y Defensa del Consumidor, se destaca la importancia de la no discriminación en la relación de consumo con los usuarios. Esta capacitación es obligatoria a todos los colaboradores. En el 2014 se capacitó al 94% y en el 2015 al 97%⁸⁷. (G4-HR2)

⁸⁰Ficha No GRI Clima Laboral María Cecilia Peña.

⁸¹Tomado del Reporte 2013. De acuerdo a lo indicado por Luciana Caravedo se mantiene igual.

⁸²Ficha G4-HR4 G4-HR5 G4-HR6 Luciana Caravedo.

⁸³Ficha G4-HR4 G4-HR5 G4-HR6 Luciana Caravedo.

⁸⁴Ficha DMA No Discriminación Eduardo Cueva.

⁸⁵Ficha G4-HR3 Susana Lucar

⁸⁶Tomado de la información enviada por Luciana Caravedo vía email 27/11

⁸⁷Ficha G4-HR3 Susana Lucar

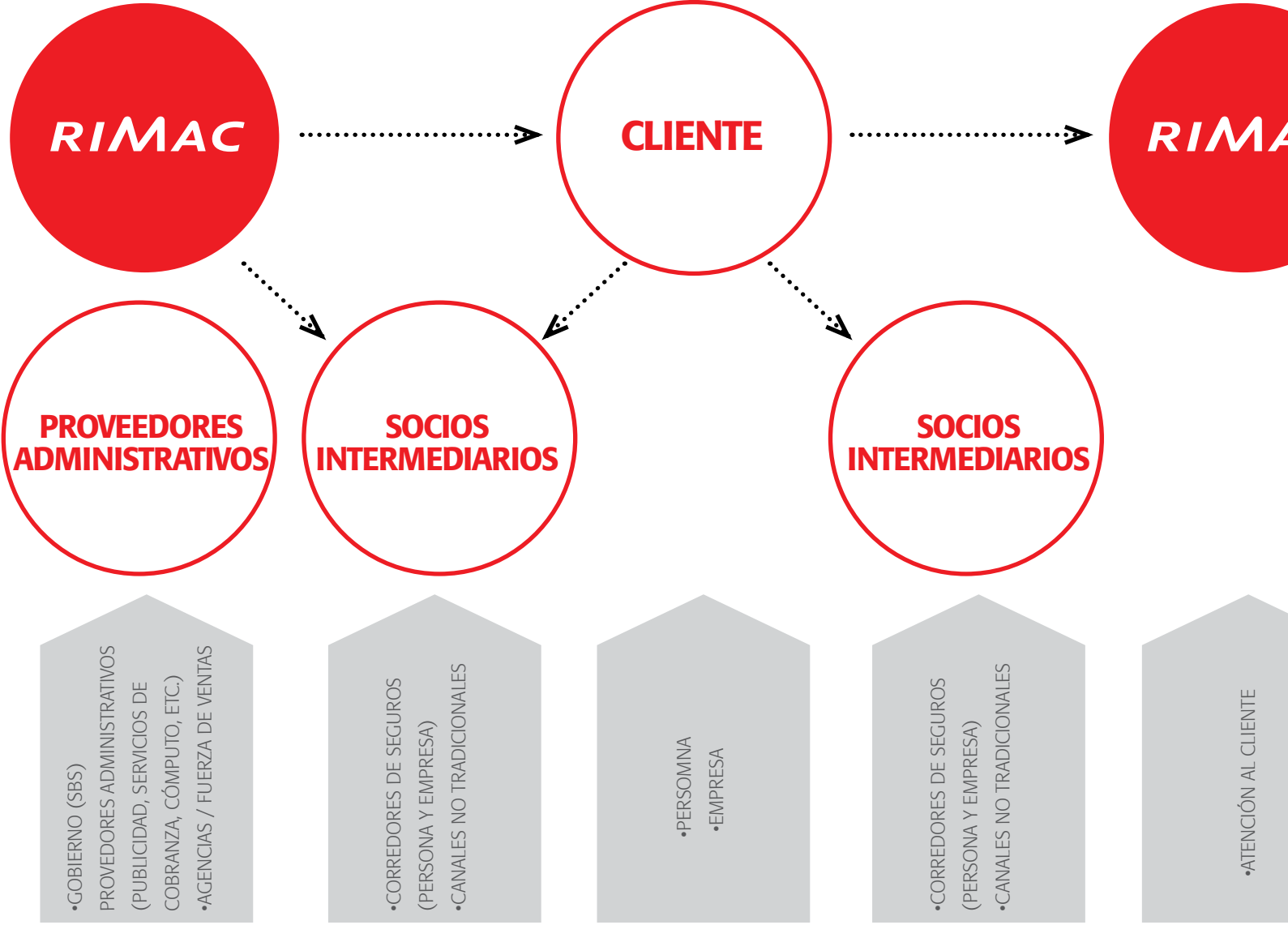
**GESTIÓN CON PROVEEDORES
Y CORREDORES**



GESTIÓN CON PROVEEDORES Y CORREDORES

Cadena de Suministro

Debido a que RIMAC Seguros cuenta con una diversa gama de productos, su cadena de suministro varía notablemente según el riesgo. Aun así, tiene un modelo de cadena de suministro general, el cual cubre los pasos básicos de sus operaciones más comunes, tal como se grafica a continuación:⁸⁸ (G4-12)



⁸⁸El gráfico fue tomado del reporte anterior, de acuerdo a lo indicado por Luciana Caravedo, es el mismo para este periodo.



- SALUD (CLÍNICAS, CENTROS MÉDICOS, MÉDICOS A DOMICILIO, AMBULANCIAS, ETC.)
- VEHICULARES (GRÚAS, TALLERES, ETC.)
- OTROS

- EVALUACIÓN DE SINIESTROS
- EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La cadena de suministro de la Empresa inicia con el apoyo de 198⁸⁹ proveedores administrativos a nivel nacional en el año 2015. Entre ellos, proveedores de publicidad, auspicios y eventos, merchandising, capacitación, combustible, movilidad, alquileres, cómputo, materiales de oficina, entre otros. Éstos proveen los insumos necesarios para la creación de las pólizas de seguros y el proceso asociado a su venta⁹⁰.

Posteriormente, RIMAC Seguros inicia un proceso de negociación y venta directa con sus clientes a través de sus agencias y Fuerza de Venta directa. En otros casos, la venta del seguro se hace de manera indirecta por sus socios intermediarios. De esta manera, el cliente adquiere su póliza a través de algún canal no tradicional como el retail y los bancos o a través de un corredor de seguros. Así, la Empresa brinda el apoyo a través de cotizaciones, impresión de pólizas, entre otros medios. En esta etapa, se incorpora al Estado a través de las regulaciones aplicables al negocio⁹¹.

Debido a su naturaleza, los productos no se utilizan hasta que ocurre un siniestro. Es decir, cuando sucede aquel evento inicialmente asegurado, como por ejemplo, un accidente vehicular, una enfermedad o un incendio. En este momento, el cliente puede acceder a la asistencia complementaria de los proveedores técnicos⁹².

Proveedores Técnicos Vehiculares⁹³ (G4-12)

La Empresa cuenta con una Red de Proveedores Vehiculares que forman parte de un proceso de evaluación permanente, basado en el Modelo de Gestión Operativa para mantener la calidad del servicio en los niveles adecuados, lo que permite a RIMAC Seguros liderar el mercado asegurador.

Los proveedores técnicos vehiculares brindan los servicios de Procuración, Grúa, Auxilio Mecánico, Conductor de Reemplazo, Vehículo de Reemplazo, Talleres y Autopartes.

Durante el periodo 2014-2015, hemos realizado un Proceso de Homologación a los proveedores de Talleres en Lima, que considera la evaluación de diversos criterios: la infraestructura,

equipamiento, gestión administrativa, calidad de los trabajos realizados y percepción de los asegurados. Como resultado, se ha conseguido proveedores más comprometidos con la continua mejora que hoy promueve la Empresa. Además, se les mantiene frecuentemente informados sobre sus avances en el desempeño de los atributos evaluados. Finalmente, este proceso ha permitido afiliar a nuevos proveedores a manera de prueba durante el proceso en curso y desafiliar a quienes no cumplieron el estándar requerido.

Proveedores de Servicios de Salud⁹⁴ (G4-12)

El objetivo primordial de RIMAC Seguros es ofrecer y garantizar atenciones médicas con altos estándares de calidad, así como también asegurar un buen servicio en la atención integral a sus afiliados.

RIMAC Seguros, a través de su área de Gestión de la Red de Salud, formaliza la contratación de los proveedores de servicios de salud a nivel de Lima y Provincias (Clínicas, Centros Médicos, Policlínicos, Institutos Especializados, Centros Odontológicos, Centros Oftalmológicos, Centros de Apoyo al Diagnóstico, Consultorios, Médicos a Domicilio y Ambulancias), habiendo establecido para estas contrataciones una relación de requisitos indispensables que el proveedor debe cumplir, lo que asegura que las entidades contratadas son empresas de salud formalmente constituidas. Cada uno de estos proveedores está sujeto a supervisiones periódicas y de retroalimentación. RIMAC Seguros les exige que logren niveles óptimos de servicio con el fin de acceder a ser proveedor de la Empresa, haciéndolos más competitivos en el sector.

RIMAC Seguros garantiza a todos sus afiliados servicios de calidad que van desde las atenciones preventivas, curativas y rehabilitadoras en todas las especialidades médicas.

El formato de los contratos realizados con los proveedores de servicios de salud está de acuerdo a la norma de la Superintendencia de Salud (SUSALUD) y a la política actual de la Empresa. Asimismo, estos convenios de salud están soportados

⁸⁹No se considera a los proveedores esporádicos o no recurrentes.

⁹⁰Ficha G4-12 Renato Winstanley.

⁹¹Ficha G4-12 Renato Winstanley.

⁹²Ficha G4-12 Renato Winstanley.

⁹³Ficha G4-12 Fanny Cancho.

⁹⁴Ficha G4-12 Raquel Rubio.

en normas legales vigentes en el país, incluyendo las de equidad y género, aseguramiento universal en salud, confidencialidad de la información, responsabilidad social, plan de continuidad, etc.

Durante el 2015, RIMAC Seguros incluyó a 253 proveedores principales a nivel nacional e incorporando las sub sedes, suman el número de 348 proveedores. La mayor concentración de la demanda en salud en Perú se encuentra en la ciudad de Lima, en esta ciudad se da el 80% de las atenciones totales aproximadamente. Estas atenciones son mayormente realizadas en trece Clínicas. En el caso de provincias, la demanda se encuentra más dispersa, estando el 80% de las atenciones distribuida en 36 proveedores de salud principalmente.

En los últimos dos años, se identificaron servicios críticos de salud que tienen gran impacto para el paciente en relación a su supervivencia, como son los de las Unidades de Cuidados Intensivos de neonatos, pediatría y adultos, servicio de mamografía, servicio de emergencia, entre otros. Para esto, la Empresa realizó una evaluación sistemática con herramientas diseñadas y elaboradas respetando estándares nacionales e internacionales, evaluándose todo el proceso de atención desde la infraestructura, equipamiento, staff médico y técnico, organización del servicio y su impacto en los resultados de la atención que incluye la recuperación del paciente. Esto ha llevado a cambiar la visión del sistema de salud cuyo primer objetivo es evaluar y garantizar la calidad médica de la atención, respetando uno de los derechos básicos del ser humano, que es el derecho a una salud de calidad.

Homologación de Proveedores (DMA Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores) (DMA Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos)

Desde el año 2012, RIMAC Seguros viene introduciendo en todos los contratos de locación de servicios una cláusula de Responsabilidad Social, la misma que incluye temas de derechos humanos, laborales, cuidado del medio ambiente y lucha contra la corrupción. En el año 2013, dicha cláusula fue incluida en el nuevo modelo

de contrato estándar de locación de servicios para proveedores administrativos. Así también, se aprobó los Lineamientos de Responsabilidad Social para contratar proveedores, documento anexo a la Política de Gestión de Proveedores Administrativos, también aprobada en 2013⁹⁵.

En el último trimestre del año 2014 se inició un proceso de homologación con 35 proveedores administrativos frecuentes con facturación en el año mayor a S/. 200,000, sin considerar algunos servicios como alquileres, publicidad ni a los proveedores que participaron del piloto realizado el año anterior. La evaluación la realizó la empresa certificadora "SGS" e incluyó los siguientes criterios⁹⁶: **(G4-LA14)(G4-LA15)(G4-HR10)(G4-HR11)**

SITUACIÓN FINANCIERA Y OBLIGACIONES LEGALES

- o Estados financieros
- o Obligaciones financieras y bancos
- o Seguros
- o Cumplimiento de obligaciones legales

CAPACIDAD OPERATIVA

- o Instalaciones de la empresa
- o Gestión de la producción
- o Equipamiento y unidades de transporte
- o Hardware, software y equipamiento especializado
- o Clientes

GESTIÓN DE LA CALIDAD

- o Sistema de calidad
- o Gestión de personal
- o Mantenimiento y calibración
- o Compras, recepción y almacenes
- o Procesos subcontratados
- o Proceso productivo

SEGURIDAD, SALUD Y MEDIOAMBIENTE

- o Seguridad y salud ocupacional
- o Gestión ambiental

GESTIÓN COMERCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- o Apoyo a la comunidad
- o Trabajo infantil, trabajo forzado y acoso

CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

⁹⁵Ficha G4-HR4 G4-JR5 G4-HR6 Luciana Caravedo.

⁹⁶Ficha GR-HR10 Renato Winstanley.

LINEAMIENTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA CONTRATAR PROVEEDORES⁹⁷ RIMAC Seguros

Es crucial para el prestigio de nuestra Empresa mantener estándares elevados, cumpliendo con todas las leyes vigentes y evitando la percepción de una acción u omisión inadecuada o un conflicto de interés.

Se espera que todos los proveedores de Rimac Seguros manifiesten su compromiso de mantener los más elevados niveles de calidad en su servicio, honestidad, equidad, integridad personal y comercial en sus relaciones con clientes, proveedores, colaboradores, medio ambiente y sus demás grupos de interés.

Se espera que todos los proveedores cumplan los siguientes puntos y lo apliquen en todos los intercambios con RIMAC Seguros:

1. Respalda las prácticas de empleo justas y congruentes con los derechos humanos en el lugar de trabajo y proporcionar un entorno seguro y saludable.
2. Cumplir con todas las leyes aplicables relacionadas con horas laborables, compensación, derecho de los empleados, condiciones de trabajo u otras prácticas del lugar de trabajo.
3. Permitir el acceso del Auditor de RIMAC Seguros a las instalaciones empleadas para brindar los servicios o productos, esta acción se realizará con el fin de asegurar el cumplimiento de esta Política.
4. Los proveedores deben entender y cumplir con el Código de Conducta de RIMAC Seguros que se les ha entregado.
5. Como mínimo, los proveedores deberán cumplir con los siguientes estándares relacionados con sus operaciones de manera integral:
 - **Leyes y Regulaciones.** El proveedor debe cumplir con todas las leyes aplicables, regulaciones y requisitos al abastecer y proporcionar servicios a la Empresa.
 - **Trabajo Infantil.** El proveedor no contratará menores de edad conforme a la definición de la ley local.
 - **Trabajo Forzado.** El proveedor no practicará trabajo forzado ni obligatorio.
 - **Maltrato Laboral.** El proveedor no empleará el abuso laboral físico ni psicológico.
 - **Libertad de Asociación y Contrato Colectivo de Trabajo.** El proveedor cumplirá con las leyes locales aplicables sobre libertad de asociación y de negociación del contrato colectivo de trabajo.
 - **Discriminación.** El proveedor cumplirá con todas las leyes locales sobre la no discriminación.
 - **Salarios y Prestaciones.** Cumplir con Salarios y Prestaciones en conformidad con las leyes vigentes.
 - **Horas Laborales y Tiempo Extra.** Cumplir con las Horas Laborales y Tiempo Extra en conformidad con las normas locales.
 - **Seguridad e Higiene.** Cumplir con las condiciones laborales en conformidad con las regulaciones locales.
 - **Medio Ambiente.** El proveedor debe cumplir con todas las leyes aplicables del medio ambiente.

El no cumplir con esta Política será motivo para la separación parcial del proveedor hasta no adaptarse con los niveles de calidad de servicio o producto exigido.

⁹⁷Ficha G4-HR4 G4-JR5 G4-HR6 Luciana Caravedo.

Gestión de la comunicación con corredores⁹⁸

Desde hace varios años RIMAC Seguros mantiene una estrecha relación con los Corredores de Seguros y en el periodo 2014-2015 ha venido trabajando en diversas iniciativas de relacionamiento y comunicación para fortalecer el compromiso con ellos y sus clientes mutuos.

En el 2014, se actualizó la página web de “Corredores”, medio oficial de comunicación con el canal. En esta página se publica quincenalmente información relevante de la empresa, como novedades en productos, cambios en procesos, incentivos comerciales, noticias de RIMAC Seguros e información útil para los clientes. Además, permite acceder a las herramientas de autogestión virtuales, folletos y formatos digitales.

Otra de las iniciativas para desarrollar la oferta de valor hacia el canal fue el lanzamiento del Programa de Especialización de Corredores, en el año 2014. Este programa ofrece certificaciones en productos, conferencias con altos funcionarios de la empresa y capacitaciones en herramientas de autogestión, procesos y otros temas puntuales. El objetivo de este programa es potenciar el conocimiento de los corredores y sus colaboradores en temas de producto, procesos e insights del mercado, además de generar oportunidades para acercar al corredor a los expertos de RIMAC Seguros. En el año 2014, se logró capacitar a más de 100 corredores a nivel nacional en productos Personales. En el año 2015 se capacitó a más de 300 corredores y se amplió el alcance del programa a Productos Empresariales.

Cabe destacar que en el año 2014 se inauguró la Sala de Corredores de Lima en la sede de Av. Paseo de la República, en el distrito de San Isidro. Una inversión que contempló computadoras de última generación, un ambiente de productividad y una administradora para apoyar al corredor en trámites y consultas. Con ello se buscó que los corredores cuenten con un espacio para sus gestiones comerciales y que puedan agilizarlas con las herramientas de autogestión para la emisión y consulta de trámites con las que cuenta RIMAC Seguros.

⁹⁸Ficha No GRI Comunicación de Corredores Edmundo del Castillo.



GESTIÓN CON NUESTRA SOCIEDAD

Gestión con nuestra comunidad⁹⁹ (DMA Comunidad) (G4-SO1)

Acorde con la Política de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros, es fundamental en la estrategia de la empresa hacerse responsable del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente. Para ello, deben desplegarse una serie de acciones que sean consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible. En el marco de esta Política, las acciones de Responsabilidad Social deben:

- Contribuir al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, basándose en las necesidades de las comunidades a intervenir.
- Evaluar el impacto del grupo social intervenido y comunicar oportunamente los resultados obtenidos.
- Tomar en consideración las expectativas de los grupos de interés y contar con planes de participación que les permitan integrarse tanto a los propios beneficiarios como a otros grupos de Interés.
- Desarrollar comités y procesos de consulta en las comunidades locales y al interior de la organización para gestionar los impactos sociales producto de nuestras acciones.
- Estar integradas en toda la Empresa y que se lleve a la práctica en sus relaciones.
- Cumplir con la legislación aplicable y vigente y generar canales que permitan el flujo de información bidireccional desde la organización a las comunidades.

Desde hace tres años, RIMAC Seguros viene ejecutando el Programa “Yo me Cuido” cuyo objetivo es generar un cultura de prevención y cuidado integral de la salud en la comunidad educativa, con especial enfoque en los jóvenes escolares entre 05 y 11 años de edad. Durante el periodo 2014-2015, se trabajó con 60 instituciones educativas ubicadas en Lima Metropolitana y pertenecientes a los niveles socio económicos “B” y “C”. En base

a ello, se desarrolló cinco líneas de implementación y difusión del Programa para llegar cada vez a más miembros de la comunidad educativa, dichas líneas son:

1. Portal de Prevención “Yo me Cuido” (www.yomecuido.com.pe)

Es una plataforma web gratuita que permite a estudiantes, docentes y padres de familia adquirir material de calidad sobre temas de prevención en cuatro ejes temáticos: salud y nutrición, accidentes domésticos y primeros auxilios, emergencias y desastres naturales y seguridad vial.

El programa fue implementado en alianza con la UNESCO y PeruEduca. Además, cuenta con la colaboración del Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

En el 2015, se innovó los contenidos a fin de proporcionar información de manera más amigable y directa a los diferentes públicos. Entre ellas, la elaboración de boletines a cargo de un especialista en educación y el desarrollo del juego “La Liga de la Prevención”.

2. Programa de Fortalecimiento Docente y Mejora de la Comprensión Lectora a partir de Lecturas Infantiles RIMAC.

El programa “Plan Lector” busca la interiorización de actitudes fundamentales de una cultura de prevención y el desarrollo de habilidades propias de la comprensión lectora. Este programa se fortaleció gracias a la colección de cuentos “Aprendiendo a Cuidarme”, desarrollados por RIMAC Seguros para niñas y niños entre 05 y 08 años, los cuales tocan temas de prevención en salud y accidentes domésticos. Para los docentes se trabajaron kits de comprensión lectora con los cuentos de la colección. Además, el año pasado trabajamos, conjuntamente con la editorial Santillana,

⁹⁹Ficha G4-SO1 Luciana Caravedo.

dos cuentos dirigidos a un público entre 10 y 13 años de edad que abordan temas de prevención.

3. Colección de cuentos “Aprendiendo a cuidarme”.

Llenos de color y dibujos, estos cuentos facilitan la lectura y la retención del mensaje. La colección de cuentos está disponible de manera gratuita en el Portal de Prevención y en la aplicación móvil “Cuentos RIMAC” en una versión animada y narrada. Actualmente, cuenta con seis tomos de tres cuentos cada uno.

4. Alianzas con otras entidades

Desde el 2014, se ha mantenido alianzas con SAVIA, LG, Samsung, Taxi Directo, TASA, Exsa, Perú Educa, Mediscience, Educared y Santillana, con el fin de potenciar el programa a través de la difusión y llegar así a nuevos públicos.



Resultados del Programa Yo me cuido



VOLUNTARIADO RIMAC SEGUROS

El programa de Voluntariado RIMAC está dirigido a sus colaboradores y está diseñado para formar agentes de cambio que permitan construir una cultura de prevención y protección en la sociedad. El voluntariado corporativo se gestiona en cuatro grandes grupos:

1. VOLUNTARIADO EN EVENTOS: Actividades que los voluntarios realizan en una jornada de un día de duración, entre los que destacan:

- **Voluntariado Medio Ambiental:** Se realiza con el objetivo de generar una conciencia ambiental en nuestros colaboradores a través de actividades de plantado y pintado de espacios públicos en beneficio de una comunidad. En el periodo 2014-2015 se obtuvieron los siguientes resultados:

- 95 Voluntarios participantes
- 821 Horas hombre destinadas
- 2,976 beneficiados

- **Evento de Transferencia de Capacidades:** Es un evento cuya finalidad es la transferencia de conocimientos sobre temas orientados a la prevención y cuidado integral de la salud entre la comunidad educativa (niños, educadores y padres de familia) de una zona de escasos recursos económicos. En el periodo 2014-2015 se obtuvieron los siguientes resultados:

- 76 Voluntarios participantes
- 558 Horas hombre destinadas
- 615 Beneficiados

- **Voluntariado Navideño:** Se realiza en vísperas de la fiesta navideña y se desarrollan talleres orientados a la prevención y actividades de reconstrucción de espacios públicos. A lo largo de estos dos últimos años, se obtuvieron los siguientes impactos:

- 157 Voluntarios participantes
- 1,090 Horas hombre destinadas
- 1,200 Cantidad de beneficiarios

2. VOLUNTARIADO EN CAMPAÑA: Son aquellas actividades donde los voluntarios realizan aportes de diversos tipos en beneficio de una comunidad específica y por un periodo de tiempo prolongado o repetitivo en el tiempo.

- **Campaña de descuento por planilla UNICEF:** Se ha venido realizando de manera mensual a los trabajadores que voluntariamente han manifestado intención de hacerlo. Los montos por persona, tanto en el 2014 como en el 2015, varían entre S/. 15.00 y S/. 100.00. Con esta recaudación y la de otras empresas, se financian proyectos de desarrollo social en zonas alto andinas del país. A diciembre del 2015, se cuenta con 216 voluntarios activos en la empresa.

- **Campaña de donación de sangre:** Inició en el año 2015 con el objetivo de generar una cultura de donación voluntaria de sangre entre los colaboradores) y apoyar del mismo modo a pacientes del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN). Se realizaron dos exitosas campañas con los siguientes resultados:

- 108 Voluntarios participantes
- 27 Horas hombre destinadas
- 324¹⁰⁰ beneficiados

¹⁰⁰Esta cantidad es una aproximación ya que, según nos indica el INEN, por cada unidad de sangre se puede ayudar hasta a 3 personas, a través de plaquetas, plasma y glóbulos rojos.

VOLUNTARIADO RIMAC SEGUROS

3. VOLUNTARIADO EN PROYECTOS: Son un conjunto de actividades integradas mediante las cuales el voluntario toma un rol más protagónico, a través de la planificación, desarrollo y ejecución de determinados productos que beneficien directamente a los miembros de la comunidad.

- **Voluntariado Hogares Nuevo Futuro – Fundades:** Los voluntarios comparten experiencias, conocimientos y, sobre todo, afecto con niños entre 0 y 8 años de edad. La labor del voluntario consiste en desarrollar en equipos charlas orientadas a valores, empleando los recursos que considere necesarios, tales como canciones, vídeos, títeres, entre otros. Durante estos dos años hemos alcanzado los siguientes impactos:

- 146 Voluntarios participantes
- 2,355 Horas hombre destinadas
- 144 Beneficiados

- **Voluntariado COFIDE:** Desde el 2013, los colaboradores se inscriben voluntariamente en la base de datos del COFIDE para brindar charlas dirigidas a microempresarios sobre su formación profesional y experiencia laboral. A la fecha, se cuenta con 25 voluntarios activos.

4. VOLUNTARIADO EMPRENDEDOR: Son proyectos de voluntariado diseñado por los mismos voluntarios, quienes han ido un paso más allá del rol protagónico y han generado por propia iniciativa y en base a sus propias habilidades, el diseño y ejecución de un proyecto en beneficio de la sociedad.

- **Fondo Concursable “Ideas que dejan Huella”:** Es un programa cuyo objetivo es que los voluntarios en provincia desarrollen sus propios proyectos de ayuda social, los cuales luego de un proceso de evaluación, los ganadores reciben ayuda financiera de RIMAC Seguros. Este voluntariado se realizó hasta el 2014 y tuvo los siguientes resultados.

- 24 Voluntarios participantes
- 240 Horas hombre destinadas
- 1,220 beneficiarios



Por la naturaleza del negocio, RIMAC Seguros no genera impactos negativos significativos sobre las comunidades en las que opera. Todas las agencias y oficinas directamente administradas por la empresa se encuentran ubicadas en las principales ciudades del país y ninguna se ubica en espacios naturales protegidos, en áreas de biodiversidad no protegida, ni en tierras de propiedad de comunidades de nativas¹⁰¹. **(G4-SO2)**

Lucha Contra la Corrupción (DMA Lucha Contra la Corrupción)

A partir del año 2014, RIMAC Seguros cuenta con la Política de Anticorrupción que tiene como objetivo establecer los lineamientos y responsabilidades para asegurar que sean registrados y gestionados por la Unidad de Riesgo Operacional, todos los eventos de corrupción de la Empresa, que tengan relación a fraude interno que generen pérdida. Dicha Política aplica a todos los colaboradores, en el cumplimiento de sus funciones; así como en su relacionamiento con las personas naturales o jurídicas con las cuales la Empresa tuviera algún tipo de relación comercial y/o contractual.

De acuerdo con lo indicado en el Código de Conducta y la Política de Anticorrupción, los casos informados en el Canal de Integridad son informados al Comité de Cumplimiento de RIMAC Seguros. La empresa aprecia positivamente el compromiso individual de sus colaboradores en el cumplimiento de esta obligación y tiene el firme propósito de mantener libres de cualquier tipo de perjuicio a las personas que reporten sus preocupaciones de buena fe¹⁰².

A la fecha, se ha evaluado el 98% de la exposición al riesgo en los procesos de la empresa. Esta evaluación se inició con los procesos críticos de las divisiones de negocio, habilitadoras y de soporte. En el 41% (7 de 17 de los macroprocesos evaluados), se han identificado 24 posibles riesgos asociados a fraude interno, los cuales representan el 5% del total de los riesgos¹⁰³. **(G4-SO3)**

El 100% de los nuevos colaboradores son informados sobre las políticas y procedimientos sobre la Prevención de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo a través del Manual para la Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo y el Código de Conducta, los mismos que son entregados al momento de su ingreso¹⁰⁴. En el año 2014 el porcentaje de colaboradores capacitados en temas de Prevención de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo fue del 92%, incrementando dicho porcentaje al 96% para el año 2015¹⁰⁵. **(G4-SO4)**

Asimismo, los proveedores de RIMAC Seguros firman un contrato de prestación de servicios el cual da a conocer que la empresa cuenta con un modelo de Prevención de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo y que como proveedores se obligan en poner en práctica el Código de Conducta¹⁰⁶. **(G4-SO4)**

En el 2014 el porcentaje de colaboradores capacitados en temas relacionados al Código de Conducta fue del 94%. Adicionalmente en el curso de inducción de nuevos colaboradores se incluye una capacitación al Código de Conducta que en el 2014 tuvo una asistencia de 1094 colaboradores y en el 2015, 1283 colaboradores¹⁰⁷. **(G4-SO4)**

Si bien se han identificado posibles riesgos de fraude, en los años 2014 y 2015 no se han presentado eventos significativos de corrupción ni demandas judiciales respecto al tema¹⁰⁸. **(G4-SO5)**

Prácticas de Competencia Justa (DMA Prácticas de Competencia Desleal)

De acuerdo con lo indicado en el Código de Conducta, RIMAC Seguros cree firmemente en la libre y leal competencia y respeta a sus competidores dentro del ámbito de la libertad de comercio y de empresa existentes. En su trato con la competencia, RIMAC Seguros se conduce con integridad y ética, respetando la normatividad vigente, en especial las normas que prohíben las

¹⁰¹Ficha G4-SO2 Luciana Caravedo.

¹⁰²Ficha DMA Lucha Contra la Corrupción Jessica Zúñiga.

¹⁰³Ficha G4-SO3 José Garay.

¹⁰⁴Ficha G4-SO4 Diego Escalante.

¹⁰⁵Ficha G4-SO4 Diego Escalante.

¹⁰⁶Ficha G4-SO4 Diego Escalante.

¹⁰⁷Ficha G4-SO4 Jessica Zúñiga.

¹⁰⁸La información fue enviada por Roberto León vía correo electrónico 26.01.16

prácticas restrictivas de la libre competencia en perjuicio de los clientes y consumidores en general¹⁰⁹. Asimismo, se esfuerza en diseñar campañas de publicidad que afirmen su excelencia, fortalezas y valores, sin utilizar elementos falsos o denigrantes a la imagen de sus competidores¹¹⁰.

En el periodo 2014, la empresa no enfrentó demandas por competencia desleal o contra la libre competencia. Sin embargo, durante el 2015 tuvo una denuncia ante la Comisión de Competencia Desleal por no cumplir con las reglas de publicidad en la venta de seguros vehiculares por web, al no consignar el precio en soles, en la defensa reconoció el hecho infractor y quedó concluida con la infracción mínima, amonestación¹¹¹. **(G4-S07)**

¹⁰⁹Ficha DMA Prácticas de Competencia Desleal Jessica Zúñiga.

¹¹⁰Ficha DMA Prácticas de Competencia Desleal Jessica Zúñiga.

¹¹¹Ficha G4-S07 Karen Guerra.

**COMPROMISO CON LA EFICIENCIA
AMBIENTAL**



COMPROMISO CON LA EFICIENCIA AMBIENTAL

Gestión eficiente

RIMAC Seguros incorporó la gestión ambiental en sus operaciones a través del cálculo de su huella de carbono en el año 2013, los resultados indicaron que las fuentes más importantes de generación de CO₂ fueron el transporte casa-trabajo de los colaboradores y el consumo de papel en sus oficinas. Por ello, en el periodo 2014-2015 RIMAC Seguros ha implementado iniciativas que buscan generar un mayor cuidado del entorno de manera sostenible. Con el despliegue de estas acciones y otras más que pronto se lanzarán, se espera reducir el impacto ambiental de la empresa en los próximos años¹¹². (DMA Emisiones)

RIMAC Aventones

(DMA Transporte) (G4-EN30) (G4-EN18) (G4-EN17) (G4-EN19) (G4-EN6)

RIMAC Seguros lanzó el programa de carpooling "RIMAC Aventones", con el cual pone a disponibilidad de los colaboradores una plataforma segura que les permite compartir un auto o taxi con otros colaboradores, y así reducir las emisiones de CO₂ en el trayecto de sus casas al trabajo. Este programa tiene importantes beneficios, ya que los usuarios de "RIMAC Aventones" podrán tener un ahorro en gastos de transporte, gasolina, estacionamientos y mantenimiento, pues estos se comparten entre los que van en el auto¹¹³.

ALCANCE 3: OTRAS EMISIONES INDIRECTAS				
Fuente	Kilogramos de CO ₂ ahorrados	Intensidad de las Emisiones 2014 ¹¹⁴	Kilogramos de CO ₂ ahorrados 2015	Intensidad de las Emisiones 2015 ¹¹⁵
Transporte al Centro Laboral (Casa-Trabajo) ¹¹⁶	1,865 kg CO ₂	0.52 kg CO ₂	858 kg CO ₂	0.24 kg CO ₂

¹¹²Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

¹¹³Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

¹¹⁴La información presentada considera 3,565 colaboradores de RIMAC Seguros durante el año 2014.

¹¹⁵La información presentada considera 3,595 colaboradores de RIMAC Seguros durante el año 2015.

Compensación de Pólizas (G4-EN17) (G4-EN19) (G4-EN7) (G4-EN28)

Desde el año 2014, RIMAC Seguros viene compensando al 100% todo el proceso de emisión de pólizas de clientes (uso de los materiales, proceso de fabricación y reparto de sus pólizas de seguros). Las pólizas son compensadas con el Proyecto REDD (Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación) con la conservación del Bosque de Protección Alto Mayo a través de la compra de bonos de carbono que son emitidos por el proyecto REDD. Esta compra de bonos de carbono representa una compensación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidas por la emisión de sus pólizas físicas enviadas a los clientes y afiliados. El Proyecto REDD con la conservación del Bosque de Protección Alto Mayo evita la deforestación de una vasta e intacta extensión de bosque montano bajo de la zona central del Perú¹¹⁷.

ALCANCE 3: OTRAS EMISIONES INDIRECTAS	
Fuente	Toneladas Métricas de CO ₂ Equivalentes 2014
Emisiones de Pólizas ¹¹⁸	1,562 CO ₂ e

Campañas de Reciclaje

Desde el año 2012, se vienen realizando campañas de reciclaje que cuenta con la activa participación de los colaboradores, y que ha permitido ayudar a los proyectos de Aldeas Infantiles.

De igual manera, RIMAC Seguros ha empezado a utilizar bolsas biodegradables para la protección de las pólizas que envía a sus asegurados. Este proceso se inició con las pólizas de los seguros vehiculares en el 2014 y en el 2015 se han sumado muchos otros productos¹¹⁹.

¹¹⁶Información enviada por Desiree Carreras vía correo electrónico.

¹¹⁷Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

¹¹⁸Los resultados de las emisiones 2015 estarán disponibles en el segundo semestre del 2016.

¹¹⁹Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

Asimismo, en el periodo 2014-2015 RIMAC Seguros ha seguido participando en campañas de sensibilización para cuidado del medio ambiente, entre ellas “La Hora del Planeta” promovida por la World Wildlife Found. Para ello, se desarrolló banners dirigidos a colaboradores y mensajes en Facebook y Twiter para la comunidad en general¹²⁰.

Con el objetivo de promover una cultura de prevención y cuidado ambiental se nombraron brigadistas ambientales al interior de la empresa para la sedes de Lima, quienes se encargan de promover las prácticas de reciclaje y ahorro de energía eléctrica en sus oficinas¹²¹.

Por otro lado, la empresa realiza mantenimientos preventivos a los equipos de aire acondicionado, durante los dos últimos años se utilizó un total de 3,250 Kg de gas R-22 en las instalaciones de aire acondicionado¹²². (G4-EN20)

Gestión de Materiales (DMA Materiales)

El material que más se consume en RIMAC Seguros es papel bond para impresión, durante los años 2014 y 2015 se consumió 342,610kg y 303,982kg, respectivamente. No se usa papel reciclable pero trabaja con proveedores responsables que utilizan materiales renovables, un promedio 94 % del papel que consume procede de una elaboración 100% ecológica con fibra de caña de azúcar, libre de ácido y 100 % reciclable¹²³. (G4-EN1) (G4-EN2)

Durante el 2014, el 3.66% de papel comprado es papel reciclado, emitido a Fundades y durante el 2015 el porcentaje fue de 11.40%, emitido a Aldeas Infantiles¹²⁴.

Consumo responsable de la energía (DMA Energía)(G4-EN3)(G4-EN4)(G4-EN5) (G4-EN6)

Durante el 2015, se instalaron tableros eléctricos automatizados en los sistemas de aire acondicionado lo cual garantiza el funcionamiento de 12 horas diarias en las agencias de Tarapoto y Pucallpa. Además, se instalaron equipos electromecánicos sin fuente de transformación de energía previa en las agencias de Tarapoto y Pucallpa. Estos nuevos equipos mejoraron la eficiencia en consumo de energía ya que los equipos antiguos y retirados de servicio estaban deteriorados y funcionaban más horas de las necesarias¹²⁵.

CONSUMO DE ENERGÍA INTERNO ¹²⁶			
Fuente de energía	Año	Consumo total Magawatts-hora	Intensidad energética Megawatts-hora por m ² ¹²⁷
Electricidad	2014	1,322.68	0,04008
	2015	1,556.10	0,04715

CONSUMO DE ENERGÍA EXTERNO ¹²⁸			
Fuente de energía	Año	Distancia recorrida (kilómetros)	Equivalente (Galones)
Distribución de productos (mensajería) ¹²⁹	2014	502.250	10,105
	2015	580.450	11,609

¹²⁰Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

¹²¹Ficha DMA Emisiones Luciana Caravedo.

¹²²Ficha G4-EN20 Francisco Guzmán.

¹²³Ficha G4-EN1 Renato Winstanley.

¹²⁴Ficha G4-EN2 Juan Ramón Rivera.

¹²⁵Ficha DMA Energía Francisco Guzmán.

¹²⁶Ficha GE-EN3 Francisco Guzmán.

¹²⁷Intensidad Energética: Equivalente al consumo total de energía entre el área de las oficinas totales de la Empresa (33,000 m2.)

¹²⁸Ficha G4-EN4 Daniel Hau Yon.

¹²⁹Calculado en base a al número de viajes en motocicleta para el delivery/mensajería.

INICIATIVAS DE MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS 2014 -2015 (DMA Productos y Servicios) (G4-EN27)(G4-EN28)¹³⁰

- La medición y compensación al 100% todo el proceso de elaboración y repartición de las pólizas de seguros a través de la compra de créditos de carbono que beneficiarán al Proyecto REDD con la conservación del Bosque de Protección Alto Mayo.
- Utilización de bolsas biodegradables para la protección de las pólizas de seguros vehiculares que se envía a los asegurados.
- Desarrollo del programa de carpooling "RIMAC Aventones" a través de una plataforma web, que permite contabilizar los kilogramos de CO2 que se evitó producir, el combustible ahorrado y las horas hombre compartidas con otros miembros de la empresa. A partir del 2016, se desarrollará un piloto a través de la migración de la plataforma web a un aplicativo para equipos con sistemas operativos Android e iOS, con la finalidad de facilitar la portabilidad y el flujo de reporte al usuario.
- Donación de papel destinado a reciclaje de todas las sedes de Lima Metropolitana a Aldeas Infantiles SOS como parte de la alianza mantenida con la empresa Kimberly Clark a través de su programa "Recíclame, Cumple tu Papel".
- Adherencia a la Iniciativa Compromiso Climático Corporativo, la cual busca evidenciar el compromiso y los avances del sector privado en temas relacionados al cambio climático. Este compromiso fue adoptado desde la Gerencia General de la empresa en el año 2014.
- Desarrollo de campañas internas para la concientización del consumo responsable de los recursos agua y energía eléctrica.
- Cambio del camé PVC al DNI como único documento necesario para la atención en centros de salud afiliados para todos los asegurados de RIMAC Seguros.
- Obtención de la Certificación ISO 14001 en reconocimiento a la eficiente implementación del Sistema de Gestión Ambiental, lo que convierte a RIMAC Seguros en la única empresa del sector peruano en alcanzar este logro.

⁹⁹Ficha G4-EN27 Luciana Caravedo.



ANEXOS

PROFUNDIZACIÓN DE INDICADORES LABORALES GRI Colaboradores por tipo de contrato 2014 (G4-10)

Contratos	Categoría profesional	Región de procedencia	Género	Número	Total por región	Total por categoría profesional	Total por tipo de contrato
Indeterminado	Colaboradores	Lima	Femenino	549	997	1,223	1,846
			Masculino	448			
		Provincias	Femenino	126	226		
			Masculino	100			
	Empleados Fuerzas de ventas	Lima	Femenino	218	322	480	
			Masculino	104			
		Provincias	Femenino	100	158		
			Masculino	58			
	Funcionarios	Lima	Femenino	43	133	143	
			Masculino	90			
Provincias		Femenino	4	10			
		Masculino	6				
Plazo fijo	Colaboradores	Lima	Femenino	111	203	215	
			Masculino	92			
		Provincias	Femenino	9	12		
			Masculino	3			
	Empleados Fuerzas de ventas	Lima	Femenino	508	772	1,386	
			Masculino	264			
		Provincias	Femenino	422	614		
			Masculino	192			
Funcionarios	Lima	Femenino	0	2	2		
		Masculino	2				
Pre-Profesional	Practicantes	Lima	Femenino	33	72	73	
			Masculino	39			
		Provincias	Femenino	0	1		
			Masculino	1			

Colaboradores por tipo de contrato 2015 (G4-10)

Contratos	Categoría profesional	Región de procedencia	Género	Número	Total por región	Total por categoría profesional	Total por tipo de contrato
Indeterminado	Colaboradores	Lima	Femenino	602	1,120	1,188	1,934
			Masculino	518			
		Provincias	Femenino	46	68		
			Masculino	22			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	300	423	608	
			Masculino	123			
		Provincias	Femenino	124	185		
			Masculino	61			
	Funcionarios	Lima	Femenino	44	137	138	
			Masculino	93			
Provincias		Femenino	0	1			
		Masculino	1				
Plazo fijo	Colaboradores	Lima	Femenino	122	203	217	
			Masculino	81			
		Provincias	Femenino	10	14		
			Masculino	4			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	622	959	1,322	
			Masculino	337			
		Provincias	Femenino	245	363		
			Masculino	118			
Funcionarios	Lima	Femenino	0	1	1		
		Masculino	1				
Pre-Profesional	Practicantes	Lima	Femenino	40	77	77	
			Masculino	37			

Rotación de Colaboradores (G4-LA1)¹³¹

NUEVAS CONTRATACIONES EN EL AÑO 2014 Y 2015				
Región	Género	Rango edad	Número de personas 2014	Número de personas 2015
Lima	Femenino	Menores de 30 años	426	390
		Entre 30 y 50 años	389	365
		Mayores de 50 años	18	18
	Masculino	Menores de 30 años	321	318
		Entre 30 y 50 años	270	249
		Mayores de 50 años	11	9
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	94	138
		Entre 30 y 50 años	128	148
		Mayores de 50 años	3	8
	Masculino	Menores de 30 años	74	65
		Entre 30 y 50 años	85	88
		Mayores de 50 años	7	5
TOTAL DE NUEVAS CONTRATACIONES			1,826	1801

¹³¹Ficha G4-LA1 G4-LA12 Úrsula La Torre.

CESES EN EL AÑO 2014 Y 2015

REGION	GENERO	RANGO EDAD	2014	2015
Lima	Femenino	Menores de 30 años	336	289
		Entre 30 y 50 años	376	387
		Mayores de 50 años	21	23
	Masculino	Menores de 30 años	266	240
		Entre 30 y 50 años	332	276
		Mayores de 50 años	22	29
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	108	97
		Entre 30 y 50 años	137	147
		Mayores de 50 años	9	9
	Masculino	Menores de 30 años	79	46
		Entre 30 y 50 años	94	72
		Mayores de 50 años	11	9
CESES TOTALES			1,791	1,624

ROTACION TOTAL POR GENERO EN EL AÑO 2014 Y 2015		
GENERO	PORCENTAJE DE ROTACION 2014	PORCENTAJE DE ROTACION 2015
Masculino	57.30%	49.12%
Femenino	46.49%	44.91%
Menos de 21 años	47.06%	45.00%
Entre 21 y 30 años	71.61%	65.95%
Entre 31 y 40 años	43.34%	40.11%
Entre 41 y 50 años	35.94%	31.74%
Entre 51 y 60 años	28.10%	29.27%
Mas de 60 años	10.26%	27.78%

Diversidad e igualdad de oportunidades (G4-LA12)¹³²

DIVERSIDAD DE COLABORADES EN EL AÑO 2014 Y 2015				
MENORES DE 30 AÑOS				
TIPO DE COLABORADOR	2014		2015	
	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES
Colaboradores	187	243	176	221
Colaboradores, Fuerza de Ventas	175	376	182	367
Funcionarios	2	1	0	1
Practicantes	41	36	37	40
SUBTOTAL	405	656	395	629
ENTRE DE 30 - 50 AÑOS				
TIPO DE COLABORADOR	2014		2015	
	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES
Colaboradores	412	521	404	514
Colaboradores, Fuerza de Venta	394	764	407	788
Funcionarios	86	39	76	34
Practicantes	0	0	0	0
SUBTOTAL	892	1324	887	1336
MAYORES DE 50 AÑOS				
TIPO DE COLABORADOR	2014		2015	
	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES
Colaboradores	42	26	32	25
Colaboradores, Fuerza de Ventas	47	110	41	124
Funcionarios	17	7	13	6
Practicantes	0	0	0	0
SUBTOTAL	106	143	86	155

¹³²Ficha G4-LA1 G4-LA12 Úrsula La Torre.

Retención y Reincorporación tras la Licencia de Maternidad y Paternidad (G4-LA3) ¹³³

LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD EN EL AÑO 2014			
ÍNDICE	TIPO DE LICENCIA	NÚMERO	TOTAL
Colaboradores cubiertos por licencia ¹³⁴	Paternidad	1,359	3,449
	Maternidad	2,090	
Colaboradores que solicitaron la licencia	Paternidad	2	118
	Maternidad	116	
Colaboradores reincorporados tras su licencia	Paternidad	2	117
	Maternidad	115	
Colaboradores que conservaron su empleo por 12 meses tras su reincorporación ¹³⁵	Paternidad	2	71
	Maternidad	69	

LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD EN EL AÑO 2015 ¹³⁶			
ÍNDICE	TIPO DE LICENCIA	NÚMERO	TOTAL
Colaboradores cubiertos por licencia ¹³⁷	Paternidad	1,359	3,474
	Maternidad	2,115	
Colaboradores que solicitaron la licencia	Paternidad	3	117
	Maternidad	114	
Colaboradores reincorporados tras su licencia	Paternidad	3	117
	Maternidad	114	

¹³³Ficha G4-LA1 G4-LA3 Úrsula La Torre.

¹³⁴No incluye practicantes ni trabajadores subcontratados.

¹³⁵No incluye a 22 trabajadores activos que aún no cumplen 12 meses desde el su reincorporación tras su licencia.

¹³⁶El índice de retención de los colaboradores que ejercieron su licencia de maternidad o paternidad durante el 2015 no puede ser medido dado que aún no han transcurrido 12 meses desde la finalización de su licencia. Sin embargo 24 de los mismos ya han cesado en el transcurso de ese mismo año.

¹³⁷No incluye practicantes ni trabajadores subcontratados.

Capacitación de Colaboradores (G4-LA9) ¹³⁸

Colaboradores Capacitados por Género	N° colaboradores en RIMAC		Total de horas de formación		Horas de formación per cápita	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Femenino	2493	2494	14447	11452	5.80	4.59
Masculino	1578	1560	13820	12171	8.76	7.80
Total general	4071	4054	28267	23623	6.94	5.83

Colaboradores Capacitados por categoría profesional	N° colaboradores en RIMAC		Total de horas de formación		Horas de formación per cápita	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Empleado	1739	1681	21352.5	12149	12.28	7.23
Empleado FFW	1804	1881	1301	2131	0.72	1.13
Gerente	55	44	922.5	1708	16.77	38.82
Gerente Corporativo	22	30	283	733	12.86	24.43
Gerente FFW	5	3	5	14	1.00	4.67
Jefe	251	238	3406.5	5102	13.57	21.44
Practicante	77	73	72.5	130	0.94	1.78
Secretaria	30	26	38.5	12	1.28	0.46
Sub-Gerente	88	78	885.5	1644	10.06	21.08
Total general	4071	4054	28267	23623	6.94	1.83

¹³⁸Ficha G4-LA9 G4-LA10 G4-HR2 Fernando Bulnes.

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI/ PACTO MUNDIAL/ISO 2600

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES					
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-1		N/A	No	4.7, 6.2, 7.4.2	-
G4-2		N/A	No		-
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-3		N/A	No	6.3.10, 6.4.1, 6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8	
G4-4		N/A	No		-
G4-5		N/A	No		-
G4-6		N/A	No		-
G4-7		N/A	No		-
G4-8		N/A	No		-
G4-9		N/A	No		-
G4-10		N/A	No		Principio 6
G4-11		N/A	No		Principio 3
G4-12		N/A	No		-
G4-13		N/A	No		-
G4-14		N/A	No		-
G4-15		N/A	No		-
G4-16		N/A	No	-	
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-17		N/A	No	5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4	-
G4-18		N/A	No		-
G4-19		N/A	No		-
G4-20		N/A	No		-
G4-21		N/A	No		-
G4-22		N/A	No		-
G4-23		N/A	No		-

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-24		N/A	No	5.3	-
G4-25		N/A	No		-
G4-26		N/A	No		-
G4-27		N/A	No		-

PERFIL DEL REPORTE

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-28		N/A	No	7.5.3, 7.6.2	-
G4-29		N/A	No		-
G4-30		N/A	No		-
G4-31		N/A	No		-
G4-32		N/A	No		-
G4-33		Este reporte no ha sido auditado	No		-

GOBIERNO

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-34		N/A	No	6.2, 7.4.3, 7.7.5	-
G4-35			No		-
G4-36			No		-
G4-37			No		-
G4-38			No		-
G4-39			No		-
G4-40			No		-
G4-41			No		-
G4-42			No		-
G4-43			No		-
G4-44			No		-
G4-45			No		-

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

GOBIERNO

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-45			No	6.2, 7.4.3, 7.7.5	-
G4-46			No		-
G4-47			No		-
G4-48			No		-
G4-49			No		-
G4-50			No		-
G4-51			No		-
G4-52			No		-
G4-53			No		-
G4-54			No		-
G4-55			No	-	

ÉTICA E INTEGRIDAD

Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-56		N/A	No	4.4, 6.6.3	
G4-57			No		-
G4-58			No		-

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-EC1			No	6.8.1, 6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	-
G4-EC2			No	6.5.5	-
G4-EC3			No	6.8.7	-
G4-EC4		Durante el periodo 2014-2015, RIMAC Seguros no recibió ayudas financieras por parte del Gobierno peruano.	No		-

ASPECTOS AMBIENTALES

MATERIALES

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN1			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN2			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ENERGÍA					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN1			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN2			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN3			No	6.8.6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN4			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN5			No	6.5.4	Principio 7, 8 y 9
G4-EN6			No	6.5.4, 6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN7			No	6.5.4, 6.5.5	Principio 7, 8 y 9
EMISIONES					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN15		Durante el periodo 2014-2015 RIMAC Seguros no midió sus emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	No	6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN16		Durante el periodo 2014-2015 RIMAC Seguros no midió sus emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 2)	No	6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN17			No	6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN18			No	6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN19			No	6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN20			No	6.5.3, 6.5.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN21			No	6.5.3	Principio 7, 8 y 9
PRODUCTOS Y SERVICIOS					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN27			No	6.5.3, 6.5.4, 6.5.5, 6.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN28			No	6.5.3 6.5.4, 6.7.5	Principio 7, 8 y 9
TRANSPORTE					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 7, 8 y 9
G4-EN30			No	6.5.4, 6.6.6	Principio 7, 8 y 9

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTOS SOCIALES: DERECHOS HUMANOS

INVERSIÓN

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7,8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR1			No		
G4-HR2			No		

NO DISCRIMINACIÓN

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7, 8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR3			No		

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7, 8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR4			No		

TRABAJO INFANTIL

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7,8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR5			No		

TRABAJO FORZOSO

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7,8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR6			No		

EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7,8 y 9
Enfoque de gestión			No		
G4-HR10			No		
G4-HR11			No		

ASPECTOS SOCIALES: PRÁCTICAS LABORALES

EMPLEO

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Principio 7,8 y 9
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA1			No	6.4.3	Principio 6

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

G4-LA2			No	6.4.4, 6.8.7	Principio 6
G4-LA3			No	6.4.4	Principio 6

RELACIÓN ENTRE LOS COLABORADORES Y LA DIRECCIÓN

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 3 y 6
G4-LA4			No	6.4.3, 6.4.5	Principio 3 y 6

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA5			No	6.4.6	Principio 6
G4-LA6			No	6.4.6, 6.8.8	Principio 6
G4-LA7			No	6.4.6, 6.8.8	Principio 6
G4-LA8			No	6.4.6,	Principio 6

CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA9			No	6.4.7	Principio 6
G4-LA10			No	6.4.7, 6.8.5	Principio 6
G4-LA11			No	6.4.7	Principio 6

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA12			No	6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	Principio 6

EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA14			No	6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1	Principio 6
G4-LA15			No	6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1	Principio 6

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTOS SOCIALES: SOCIEDAD

COMUNIDADES LOCALES

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 1 y 2
G4-SO1			No	6.3.9, 6.5.1, 6.5.2, 6.5.3, 6.8	Principio 1 y 2
G4-SO2			No	6.3.9., 6.5.3, 6.8	Principio 1 y 2
G4-FS13			No		Principio 1 y 2
G4-FS14			No		Principio 1 y 2

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 10
G4-SO3			No	6.6.1, 6.6.2, 6.6.3	Principio 10
G4-SO4			No	6.6.1, 6.6.2, 6.6.3, 6.6.6	Principio 10
G4-SO5			No	6.6.1, 6.6.2, 6.6.3	Principio 10

PRÁCTICA DE COMPETENCIA DESLEAL

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-SO7			No	6.6.1, 6.6.2, 6.6.5, 6.6.7	-

ASPECTOS SOCIALES: RESPONSABILIDAD DE LOS PRODUCTOS

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR1			No	6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8	-
G4-PR2			No	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8	-

ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR3				6.7.1, 6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5	-
G4-PR4				4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.9	-
G4-PR5				6.7.1, 6.7.2, 6.7.6	-

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR6		RIMAC Seguros no ofrece productos prohibidos o que sean materia de litigio.	No	-	-
G4-PR7			No	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3	-
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR8			No	6.7.1, 6.7.2, 6.7.7	-
CUMPLIMIENTO REGULATORIO					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión			No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR9			No	4.6,6.7.1, 6.7.2, 6.7.6	-
ASUNTOS MATERIALES NO GRI					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Innovación			No		-
Reputación			No		-
Gestión de la comunicación con corredores			No	6.2.3	-
Clima Laboral			No	6.4.4	Principio 6

RIMAC