

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD

2016



RIMAC

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 Integrado 2016 debe ser dirigida a la
Vicepresidencia Ejecutiva de Experiencia del Cliente y
Sostenibilidad. (G4-31)

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

Elaborado por:

Avanza Sostenible

www.avanzasostenible.com





Índice

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL	6
ACERCA DEL REPORTE	8
ACERCA DE RIMAC Seguros	14
La Empresa	16
Principales Cifras 2016	17
Principales Riesgos y Oportunidades	24
ESTRATEGIA HACIA LA SOSTENIBILIDAD	26
Modelo de Negocio Responsable	28
Gobierno corporativo	32
Inversiones Responsables	33
Desempeño Financiero 2016	33
Premios y Reconocimientos	35
CREACIÓN DE VALOR	36
Los Grupos de Interés y sus Expectativas	38
Cadena de Valor de RIMAC Seguros	40
Visión Integral del Cliente (VIC)	42
Desarrollo del Capital Humano de los Colaboradores	46
Trabajo con Aliados Estratégicos	49
Fomentando una Cultura de Prevención hacia la Sociedad	52
Compromiso con el Medio Ambiente	55
INDICE DE CONTENIDO GRI G4/PACTO MUNDIAL/ISO 26000	58
ANEXOS	66

Mensaje del Gerente General (G4-1)



Me es grato presentarles el Reporte de Sostenibilidad Integrado 2016 de RIMAC Seguros el cual detalla la gestión de nuestros impactos económicos, ambientales y sociales y reafirma nuestro compromiso de conducir nuestro negocio de una manera sostenible y que genere valor a todos nuestros grupos de interés.

Durante este periodo, diseñamos un nuevo plan estratégico de cara a los próximos 5 años con el objetivo de estar preparados frente al nuevo escenario de la industria de seguros, utilizando nuevas herramientas y aprovechando las fortalezas con las que cuenta la Empresa.

Si bien nuestro desempeño financiero en el año 2016 fue afectado por el incierto contexto económico nacional y global, sumado a la presión ejercida por competidores actuales, así como por aquellos que acaban de ingresar al mercado, en RIMAC Seguros mantuvimos el crecimiento y consolidamos nuestro liderazgo en el mercado. Ello en virtud de la implementación de una serie de medidas estratégicas y comerciales, que se refleja en el 31.5% de participación sobre las primas y los 7 puntos de ventaja sobre el más cercano competidor.

En RIMAC Seguros estamos convencidos de que nuestros clientes

son lo más importante, es por ello que nuestras estrategias se centran en satisfacer las necesidades de nuestros clientes. La cultura implícita a esta definición nos permite adecuar nuestra organización, procesos, productos y tecnología para construir relaciones permanentes con nuestros clientes y crecer juntos. Así, en los últimos años, hemos lanzado productos innovadores como la primera póliza vehicular virtual, los seguros Papá Tranquilo y el Seguro Vehicular con Devolución a través del aplicativo móvil RIMAC Auto.

Nuestra gestión con los corredores se vio fortalecida en este año, ello a través de herramientas como el Programa de Especialización de Corredores, el curso en Riesgos Generales y el lanzamiento del nuevo canal de comunicación Corredores TV. Este último producto permitirá que los corredores medianos y pequeños reciban quincenalmente comunicados sobre incentivos, novedades de productos y servicios, entre otros.

Mantener relaciones duraderas y responsables con nuestros proveedores es sumamente importante para RIMAC Seguros. Por ello, incluimos lineamientos de responsabilidad social en los contratos que suscribimos con ellos de tal manera que trabajemos para garantizar altos niveles de calidad en su servicio, honestidad,

equidad e integridad en la relación comercial y con los grupos de interés.

Sin duda otro pilar y motor de nuestra Empresa, son nuestros colaboradores, a quienes queremos es brindarles óptimas condiciones laborales, un buen clima laboral y estímulos para su desarrollo profesional y personal. La encuesta Pulso de Clima Laboral realizada en 2016 midió los factores de Claridad y Direccionamiento, Liderazgo y Confianza en los líderes. El 80% de aprobación obtenido nos dice que avanzamos favorablemente en este objetivo.

Continuamos compensando nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, generadas por la producción y envío de pólizas. Al igual que en años anteriores, los hicimos a través de bonos de carbono emitidas por el Proyecto de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación (REDD) con la conservación del Parque Nacional Cordillera Azul.

Finalmente, quisiera resaltar las acciones que realizamos en favor de la sociedad como el Programa Integral Yo Me Cuido, con el que nos propusimos crear una cultura de prevención en las nuevas generaciones. Gracias a este programa, durante el año 2016, el Ministerio de Educación reconoció nuestra contribución al sector

educativo nacional entregándonos la distinción Aliados por la Educación en la categoría Mejora de Aprendizajes.

Todas estas acciones y compromisos hablan por nosotros y reiteran nuestro objetivo de mantener el liderazgo en el mercado de seguros, sirviendo a nuestros clientes de manera responsable y sostenible. Los invitamos a leer nuestro Reporte de Sostenibilidad Integrado 2016, elaborado bajo las guías G4 del Global Reporting Initiative (GRI) y bajo las directrices propuestas por el Comité Internacional para Informes Integrados (IIRC).



Max Chion
Gerente General

1. ACERCA DEL REPORTE



ACERCA DEL REPORTE

Este Reporte de Sostenibilidad Integrado brinda información sobre la gestión económica, social, ambiental y, principalmente, comunica cómo RIMAC Seguros genera valor y garantiza la sostenibilidad del negocio a sus accionistas, clientes, colaboradores y la sociedad.

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 quinta edición presentada por RIMAC Seguros, respetando los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) y la tercera de conformidad con las Guías G4 del GRI Opción Esencial¹. En esta oportunidad, el reporte también está alineado a las directrices propuestas por el Comité Internacional para Informes Integrados (IIRC)², con el objetivo de explicar a los proveedores de capital

financiero cómo RIMAC Seguros genera valor a lo largo del tiempo. El reporte ha sido elaborado de manera anual y cubre el periodo comprendido entre el 1° de enero del 2016 y el 31 de diciembre del 2016. **(G4-3)(G4-17) (G4-22) (G4-23) (G4-28) (G4-29) (G4-30)**

Aspectos Materiales Incluidos

RIMAC Seguros considera como tema material, cualquier asunto que tenga la capacidad de afectar la creación de valor de la empresa, bajo la mirada de la compañía y de los grupos de interés. Durante el año 2016, RIMAC Seguros realizó un proceso de definición de los temas materiales, que incluyó temas sociales, ambientales, económicos y propios del sector asegurador. La metodología utilizada para determinar los temas materiales consistió en 4 etapas: **(G4-18)**

ETAPA 1 REVISIÓN

Se revisó el Reporte de Sostenibilidad 2014-2015 y sus aspectos reportados y se decidió integrar al reporte las guías del IIRC de manera que se pueda satisfacer la demanda de información de los proveedores de capital financiero.

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 y un taller con las gerencias que gestionan el relacionamiento con los Grupos de Interés. Las expectativas se identificaron en base a encuestas a los colaboradores, clientes, corredores y proveedores. Adicionalmente, se revisaron informes del área de Responsabilidad Social, Memoria Anual, Políticas y Código de Conducta.

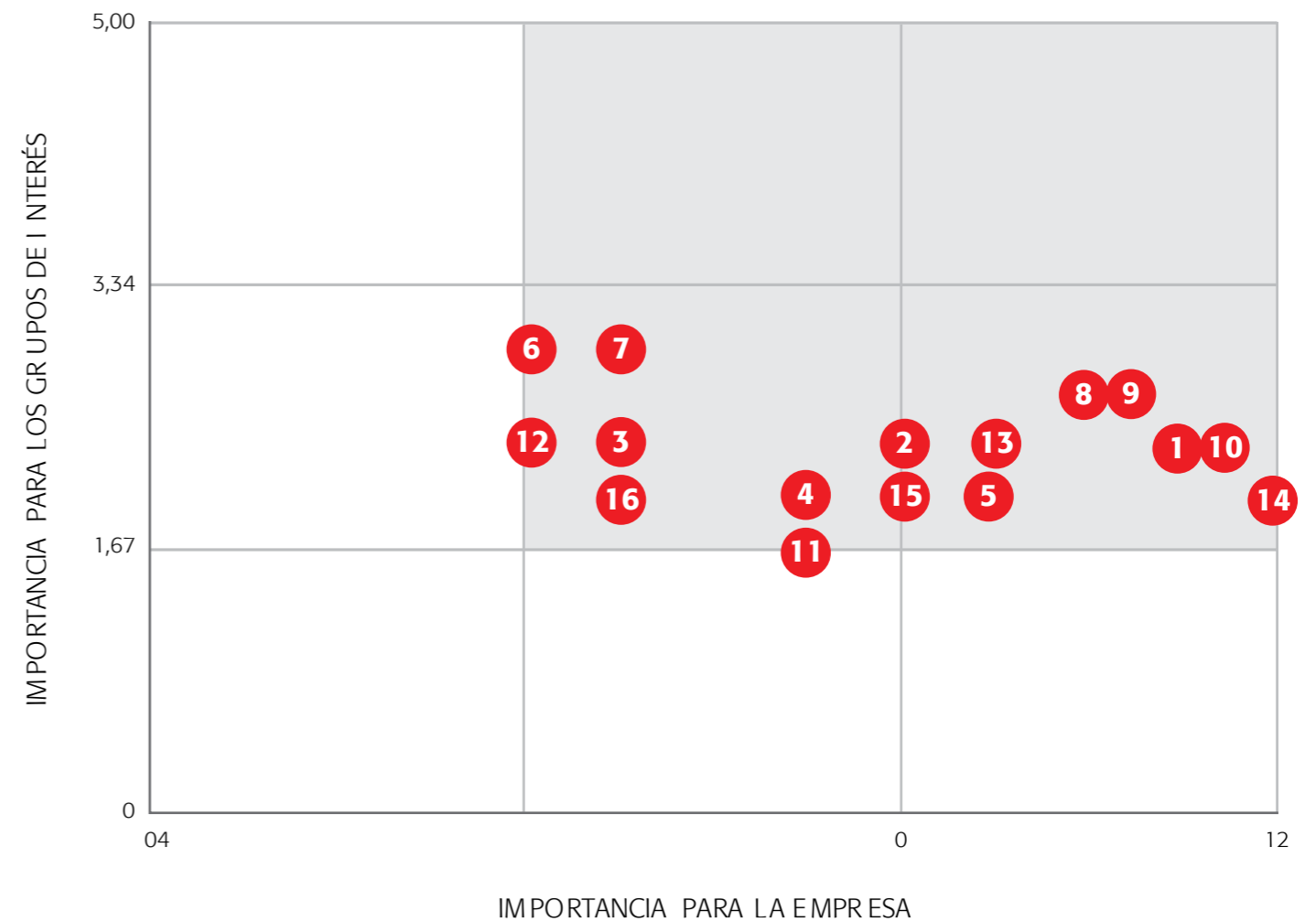
ETAPA 3 PRIORIZACIÓN

La metodología utilizada para puntuar los temas más relevantes para los grupos de interés fue la priorización de expectativas con mayor representación; y la metodología utilizada para priorizar los impactos de sostenibilidad incluyó los siguientes criterios: estrategia, cumplimiento legal, desempeño económico y reputación.

ETAPA 4 VALIDACIÓN

Los resultados de la 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. Los temas de sostenibilidad materiales se relacionaron con los aspectos GRI G4 y se seleccionaron los indicadores a reportar.

Gráfico de Materialidad RIMAC Seguros 2016 (G4-18)



¹ Las ediciones 2013 y 2014-2015 fueron elaboradas de acuerdo a las Guías G4 del GRI Opción Exhaustiva.

² Según el IIRC, el informe integrado es un documento conciso acerca de la estrategia, el gobierno, el desempeño y las perspectivas de una organización, en el contexto de su ambiente externo, que llevan a la generación de valor compartido en el corto, mediano y largo plazo.

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 continuación: **(G4-21) (G4-22) (DMA Genéricos)**

ASPECTOS MATERIALES (G4-19)					
TEMAS MATERIALES	ASPECTO RELACIONADO GRI	CATEGORÍA GRI	COBERTURA (G4-20)(G4-21)	GRUPOS DE INTERÉS	
1	Desempeño económico	Desempeño Económico	Economía	Cobertura interna	Accionistas
2	Desembolso por desastres naturales	Desempeño Económico	Economía	Cobertura interna	Accionistas
3	Impacto Económico Indirecto	Consecuencias Económicas Indirectas	Economía	Cobertura externa	Comunidad
4	Seguridad y Salud Ocupacional	Seguridad y Salud Ocupacional	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
5	Talento y desarrollo de colaboradores	Capacitación y educación	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores
6	Inversión Social	Comunidades Locales	Social: Sociedad	Cobertura externa	Comunidad
7	Inclusión de grupos vulnerables	Comunidades Locales	Social: Sociedad	Cobertura externa	Comunidad
8	Anticorrupción	Lucha contra la corrupción	Social: Sociedad	Cobertura interna y externa	Clientes, socios intermediarios, proveedores, colaboradores
9	Fraude	Lucha contra la corrupción	Social: Sociedad	Cobertura interna y externa	Clientes, socios intermediarios, proveedores, colaboradores
10	Salud y seguridad de los clientes	Salud y Seguridad de los Clientes	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
11	Privacidad de clientes	Privacidad del cliente	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
12	Proteger a los clientes	Salud y Seguridad de los Clientes	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
13	Comunicación y marketing responsable	Comunicaciones de mercadotecnia	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
14	Gestión del marco regulatorio	Cumplimiento Regulatorio (Responsabilidad Sobre Producto)	Social: Responsabilidad sobre productos	Cobertura externa	Clientes
15	Clima Laboral	No GRI	No GRI	Cobertura interna	Colaboradores
16	Relación entre colaboradores y alta gerencia	Relaciones entre los trabajadores y la dirección	Social: Prácticas laborales y trabajo digno	Cobertura interna	Colaboradores

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

Estos aspectos materiales explican la generación de valor a los grupos de interés que de acuerdo al IIRC se clasifican en 6 capitales:

CAPITALES	DEFINICIÓN	DÓNDE ENCONTRARLO
 CAPITAL FINANCIERO	Está compuesto por los recursos financieros disponibles en la organización, obtenidos en la forma de productos y servicios ofrecidos a los clientes, tales como: venta de seguros y asistencias complementarias en el caso de siniestros.	Pág. 11, 27-28
 CAPITAL MANUFACTURADO	Está compuesto por los equipamientos e instalaciones físicas, tales como oficinas, agencias, canales de venta no tradicionales y el canal virtual, disponibles por la organización para el uso y venta de sus productos y servicios.	Pág. 15-17
 CAPITAL INTELECTUAL	Está compuesto por la reputación de la marca RIMAC Seguros, por el conocimiento intelectual y por la capacidad de desarrollar nuevas tecnologías, productos y servicios acorde a las necesidades del cliente; y con ello lograr la sostenibilidad del negocio.	Pág. 12-14, 19-20, 23-24, 28-29
 CAPITAL HUMANO	Está compuesto por los colaboradores y sus competencias, capacidades, experiencias y motivaciones para innovar. Todo ello en base a los valores y principios éticos de la organización y a sus capacidades de liderazgo y colaboración.	Pág.40-44, 62-65
 CAPITAL SOCIAL Y DE RELACIONES	Compuesto por la relación basada en la confianza y transparencia con los accionistas, clientes, socios estratégicos, gobierno y sociedad; y la capacidad de compartir valor para mejorar el bienestar individual y colectivo.	Pág. 22-23, 25, 26-27, 30-32, 34-39, 44-50, 50-53
 CAPITAL NATURAL	Está compuesto por los recursos ambientales renovables y no renovables, utilizados o impactados por el negocio, tales como el aire, agua, tierra y biodiversidad.	Pág. 21-22, 53-56

2. ACERCA DE RIMAC SEGUROS



ACERCA DE RIMAC SEGUROS

La empresa

RIMAC Seguros es la empresa líder del mercado asegurador peruano. Forma parte del Grupo Brea, conglomerado empresarial peruano con presencia internacional, fundado por la familia Brescia Cafferata hace más de 100 años.

Su solidez y respaldo financiero es reconocido por dos de las más importantes clasificadoras internacionales de riesgo: Moody's Investors Service y Fitch Ratings, que les otorgó la Mejor Calificación de Riesgo

del Perú, siendo la única aseguradora peruana que opera con dichas calificaciones en los ramos de Riesgos Generales y Vida. De igual manera, cuenta con la calificación A+ de las dos clasificadoras de riesgo nacionales más importantes: Equilibrium y Apoyo & Asociados.

Gracias a la alta variedad de productos y servicios para satisfacer a sus clientes, acompañados por una atención de calidad y un gran respaldo financiero.

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: existe por sus clientes.
- Ser íntegros: actúa de manera honesta, solidaria y transparente.
- Confianza y búsqueda de la excelencia: siempre hacer las cosas lo mejor posible.

Principales cifras 2016 (G4-9)

PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS			
Productos ofrecidos	276 productos ofrecidos a través de 4 canales de atención a nivel nacional ⁴		
	2014	2015	2016
Ventas. US\$ MM.	1,135	1,173	1,047
Riesgos generales.	598	634	549
Salud y accidentes.	99	104	104
Vida	438	436	394
Activos totales – en USD MM	3,034	3,172	3,412

CAPITALIZACION TOTAL	2014 USD MM	%	2015 USD MM	%	2016 USD MM	%
Total Pasivos	2,591	85%	2,788	88%	2,936	86%
Total Patrimonio	444	15%	384	12%	476	14%
Total Pasivos y Patrimonio	3,034	100%	3,172	100%	3,412	100%

PROPIETARIO EFECTIVO	2014 N° de accionistas	%	2015 N° de accionistas	%	2016 N° de accionistas	%
Menos de 1%	566	10,08%	558	9,56%	535	9,45%
De 1% a menos de 5%	2	6,81%	2	6,82%	2	6,93%
De 5% a menos de 10%	-	-	-	-	-	-
De 10% a más	2	83,11%	2	83,62%	2	83,62%
TOTAL	570	100	562	100%	539	100%

⁴ Brokers, Ventas Directas (Oficinas de Atención a clientes), Canales no Tradicionales, Fuerza de Ventas.

Principales Productos y Servicios (G4-4)

Los productos de la empresa se dividen en dos categorías: Seguros para empresas y Seguros para personas. Cada una de estas categorías cuenta con subcategorías de productos (como salud o vida) e incluyen los siguientes productos principales:

SEGUROS PARA EMPRESAS	
Seguros para el personal	SCTR Pensiones
	SCTR Salud
	RIMAC EPS
	Vida Ley
	Vida Ley Cesantes
	Vida Grupo
	Planes Médicos EPS
	Accidentes Personales Colectivos
	Oncológico Integral Colectivo
	Asistencia Médica Colectiva
	Formación Laboral Juvenil (AMC/AMI)
	Salud a tu alcance
	Seguros a través de convenios
Protección Ahorro Plus	
Protección Familiar Nota 20	
Protección Accidental	
Protección Accidental con devolución	
Sepelio	
Seguros para riesgos generales	Riesgos Patrimoniales
	Riesgos de Ingeniería
Seguros de salud	Salud Preferencial
	Full Salud
	Red Salud
	Red Hospitalaria

SEGUROS PARA PERSONAS		
Seguros de salud	Red Salud + Hospitalaria	
	Red Plan Clásico	
	Red Provincias	
	Red Clásico +Provincias	
	Red Preferente	
	Red Privada	
	Red Plan Familia	
	Salud de Oro	
	Seguro Síndrome de Down	
	Corporativo	
	Intersalud	
	Indemnizatorio	
	Renta Hospitalaria	
	Oncológico Integral Individual	
	Oncológico Integral CNT	
	Oncológico Integral	
	Falabella	
	Accidente de Niños y Jóvenes	
	Seguros de vida	Seguro de Viaje
		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		

SEGUROS PARA PERSONAS	
Seguros de vida	Accidentes Plan Familiar
	Vida Temporal Total
	Vida Ahorro Seguro
	Vida con devolución
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
	Vehicular con Devolución
	Plan pick up
	Plan de Transporte de personal y Turismo
	Plan 0 km
	Plan Provincia
	Seguros domiciliarios
Plan Casa Segura	
Plan Seguro Domiciliario a tu medida	
Plan Seguro VIP	
Domiciliario: Cencosud /Falabella/ Diners	

SEGUROS PARA PERSONAS	
Seguros para jubilados	Jubilación Legal
	Jubilación Anticipada
	Sobrevivencia
	Invalidez
	Vida Pensión Segura:
	- Plan Pensión Máxima - Plan Pensión Familiar - Plan Pensión con devolución a beneficiarios - Plan Pensión con devolución en vida - Plan Pensión con devolución Integral - Plan Pensión Permanente

Como parte de sus servicios, RIMAC Seguros ofrece asistencias complementarias a sus clientes a través de proveedores técnicos. Por ejemplo, además de cubrir el costo causado por un siniestro, -como 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 los servicios subcontratados de grúa, asistencia de viajes, servicio de cerrajería, servicio de chofer de reemplazo, entre otros. En el periodo 2016, los clientes utilizaron la asistencia complementaria en más de 400 mil casos.

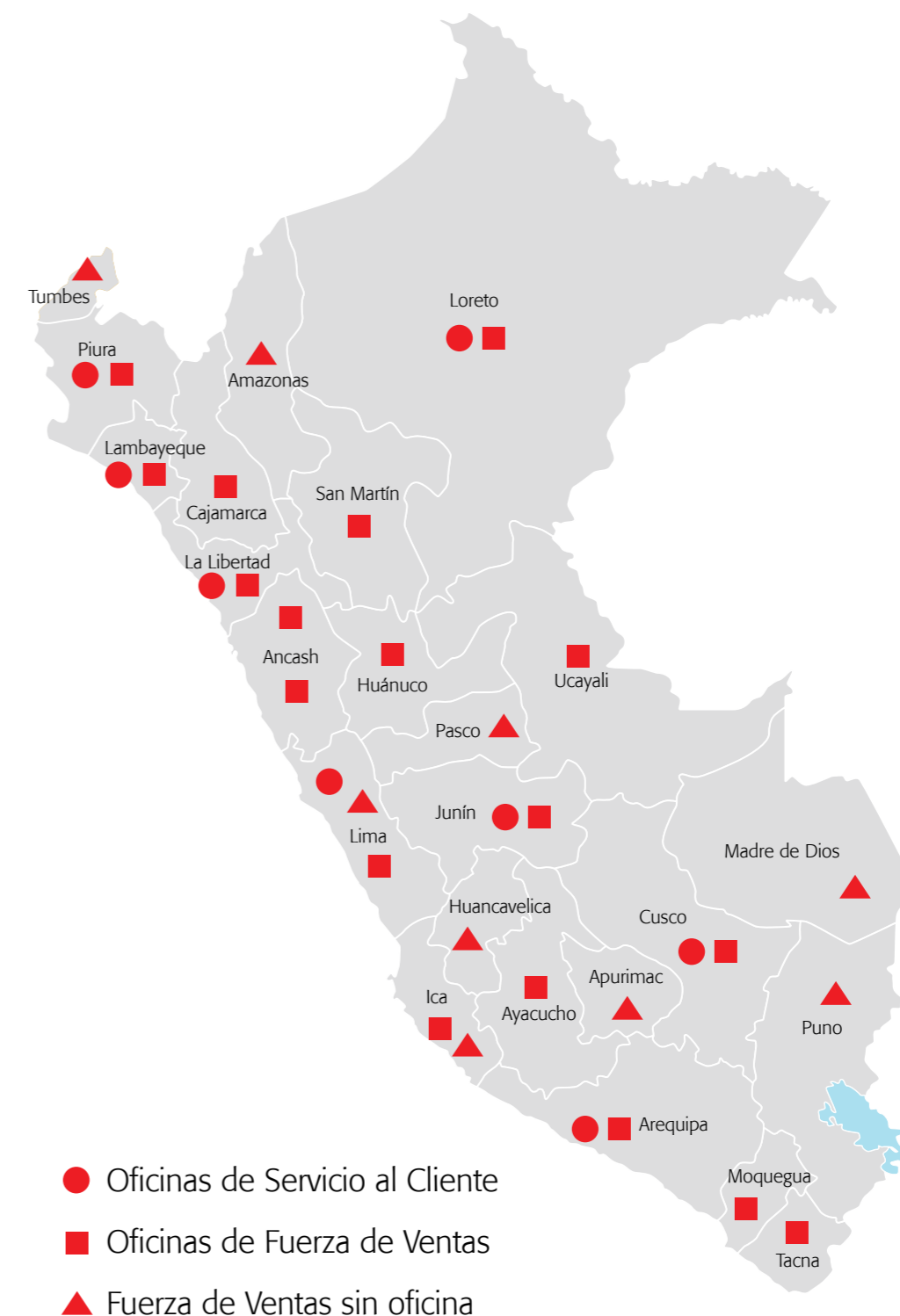
NÚMERO Y TIPO DE ASISTENCIA COMPLEMENTARIA			
Tipo de Asistencia Complementaria	Casos en el Año 2014	Casos en el Año 2015	Casos en el Año 2016
Consulta médica a domicilio	111,619	97,969	99,679
Orientación médica telefónica	114,808	100,235	98,058
Unidad médica de emergencia	25,146	25,241	30,256
Traslados entre clínicas	3,703	3,939	3,589
Reporte de siniestros vehiculares	73,341	73,078	74,460
Reporte de siniestros SOAT	10,476	8,527	7,688
Auxilio mecánico	37,072	36,848	41,609
Grúa	28,930	28,089	31,447
Conductor de reemplazo	13,230	12,487	13,739
Reporte de siniestros de riesgos generales	1,756	1,819	1,259
Asistencia en viajes	170	133	266
Sepelio	55	96	142
Evacuaciones	96	138	117
Delivery de medicinas	6,921	8,901	11,393
TOTAL	427,323	397,500	413,702

Presencia en el Perú (G4-6) (G4-8)

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. Y es que la empresa ofrece sus servicios de manera directa, a través de una red de agencias y su fuerza de ventas. A diciembre del 2016, cuenta con 1'343,065 clientes personas y 43,979 clientes empresas.

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

Presencia de RIMAC Seguros a nivel nacional



Canales de distribución (G4-8)

RIMAC Seguros llega a diferentes segmentos de la población a lo largo de todo el Perú gracias a la más extensa red de comercialización de productos y servicios a través de múltiples canales.



Corredores y Agentes

Es un canal muy importante de distribución, por lo que mantiene una relación estratégica con los Bróker de Seguros. Para ello, fortalece su compromiso con ellos a través de diversas iniciativas de relacionamiento, capacitación, comunicación y soporte, como el Programa de Especialización de Corredores, con el que capacita a más de 150 corredores. Además, tiene un nuevo canal de comunicación llamado Corredores TV, donde difunde aquellos incentivos, novedades en productos y procesos, entre otros temas de interés para los corredores pequeños y medianos.



Canales No tradicionales

Lidera el mercado con la red de venta más grande del país, a través de la distribución nacional vía el sector financiero (Bancos, Cajas, Financieras y Leasing) y comercio (Tiendas por departamento, Supermercados, Concesionarios, Servicios Públicos, entre otros). En el 2016, el enfoque estuvo en impulsar la apertura de canales alternativos de Venta, así como en afianzar las alianzas con los principales canales de distribución, lo que permitió a la empresa llegar a acuerdos comerciales de mediano y largo plazo.



Canal Virtual

El canal virtual, por su parte, mostró un importante crecimiento en ventas: 53% más respecto al año 2015, principalmente en los productos Vehículos (55%) y Salud (45%). Además, La Empresa implementó la póliza electrónica para la venta nueva en seguros vehiculares, lo que ha permitido despachar de forma electrónica 2,900 pólizas. Esto fortalece el compromiso de mantenerse a la vanguardia tecnológica y hacer los procesos más eficientes.



Fuerza de Ventas y Canal Directo

La Fuerza de Ventas y Canal Directo continuó con un crecimiento importante en Primas y con la mejora de sus ratios de eficiencia, permitiendo ser el canal de ventas del Segmento Personas que más crece gracias a la profesionalización, la capacitación continua de los asesores y el despliegue de herramientas tecnológicas, que permiten dar movilidad. Esto es, a través de las Tablets se puede cotizar y emitir en línea, generando una experiencia positiva de servicio a los clientes.

Porcentaje de cartera de clientes personas por región

CLIENTES PERSONAS POR REGIÓN			
Departamento	Zona	%	
Lima - Callao	Lima tradicional	Lima Moderna	18.6%
		Lima Centro	10.7%
		Callao	4.1%
	Conos	Lima Norte	9.1%
		Lima Este	8.2%
		Lima Sur	6.4%
Total		57.1%	
Provincia	Norte	17.0%	
	Sur	11.4%	
	Centro	6.7%	
	Oriente	5.3%	
	Total	40.4%	
ND		2.5%	
Total		100%	

Porcentaje de cartera de clientes empresa por sector⁵

SECTOR ECONÓMICO	%
No determinado	22.5%
Asesoría	13.9%
Comercio	12.3%
Comercios - alimentos	1.6%
Comercios - varios	7.8%
Comercios - vehículos, maquinarias, motores y repuestos	2.9%
Construcción	11.8%
Transporte y carga	10.9%
Servicios varios	4.3%
Turismo, restaurantes y hotelería	2.6%
Salud	2.1%
Industria	2.0%
Organismos varios	1.8%
Textiles	1.6%
Ganadería, agro y agroindustria	1.6%

Sector económico	%
Persona natural	1.5%
Metalmecánica	1.5%
Energía	1.4%
Minería	1.2%
Comunicaciones	1.1%
Educación	1.1%
Otras industrias manufactureras	0.9%
Siderúrgicas	0.8%
Organismos estatales	0.8%
Editoriales e imprentas	0.6%
Pesca	0.5%
Financieras	0.4%
Maderero	0.3%
Pieles y cueros	0.2%
Bebidas	0.1%
Suministro de agua	0.1%
Tabacaleras	0.0%
Total	100%

Gestión Estratégica 2016 (G4-13)

En el primer semestre del 2016, RIMAC Seguros cerró un ciclo de 5 años de plan estratégico 2012 – 2016, en el cual se propuso sentar las bases para hacer de RIMAC Seguros una empresa líder de clase mundial. Para ello, se dio prioridad a la consolidación del equipo profesional y gerencial, pero también se cambió el enfoque de productos a clientes, sin olvidar la gestión de la reputación y sostenibilidad que de la mano de la modernización de la plataforma tecnológica sobre la que opera y los canales que utiliza, impulsó a RIMAC Seguros a enfrentar los desafíos.

Durante todo el 2016 se vio una reducción del mercado de seguros después de años de crecimiento a doble dígito, la cual afectó principalmente a los negocios de Rentas Vitalicias y Riesgos Generales, con una marcada presión en precios en distintos ramos y una competencia más agresiva.

Para enfrentar este contexto, y de cara a la estrategia de 5 años, se estructuró la compañía en 3 negocios: Empresas, Salud y Personas, segmentos con diferente nivel de madurez y competencias, bajo retos distintos. Asimismo, se enfatizó el uso de la tecnología como elemento diferenciador en la oferta de valor. Para ello, se realizó cambios estructurales en la organización con el propósito de alinear mejor la estrategia corporativa, fomentar una mayor claridad en los roles, y

asignar mejor las responsabilidades. Todos estos cambios fueron claves para que la empresa conserve su liderazgo y sostenibilidad.

Innovación en RIMAC Seguros

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.

Así, la mejora constante de los productos recae sobre cada unidad de negocios, cuyo soporte son las Áreas de Marketing, Segmentos, Relaciones Institucionales, Legal y Operaciones Mantenimiento de Clientes, Atención al Cliente y el Portal Web. En conjunto, estas unidades recopilan las demandas de los clientes, con el fin de crear productos nuevos que se ajusten 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, posventa y estrategias de comunicación se estructuran en reuniones de equipo, a fin de anticipar cualquier problema que pueda presentarse.

Por otra parte, RIMAC Seguros invierte constantemente en proyectos de transformación de macro procesos con partners de experiencia mundial a fin de poder incorporar las más modernas tecnologías y hacer que los clientes tengan la mejor experiencia posible.

En los últimos años, RIMAC Seguros lanzó al mercado los siguientes productos innovadores:

- La primera Póliza Vehicular Virtual a medida del cliente, con la que se crea el Plan Web, uno de los más exitosos de los últimos tiempos.
- El seguro Papá Tranquilo y el seguro Vehicular con Devolución, que mediante el aplicativo móvil RIMAC Auto, permite conocer la velocidad con la que se maneja y, mediante indicadores, devuelve hasta el 30% de la prima cobrada.
- Nuevos servicios en el aplicativo móvil de RIMAC tales como Médico Online.
- El programa Cuidate para pacientes con enfermedades crónicas incluyó las primeras aplicaciones móviles (App) de seguros del mercado peruano
- La colección de cuentos para niñas y niños del programa “Yo me cuido” está disponible en Televisores Smart y en celulares Android y IOS.

⁵ No incluye personas naturales y se consideran solo Prima Acumulada > a cero.

Principales Asociaciones a las que pertenece RIMAC Seguros (G4-16)

ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES	CÁMARAS Y GREMIOS
Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (Confiep)	Asociación Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (Apepose)
Bolsa de Valores de Lima (BVL)	Cámara de Colombia.
Asociación Peruana de Buenos Empleadores (ABE-Amcham)	Cámara de La Libertad.
Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg)	Asociación Contribuyentes por Respeto.
Cámara de Comercio Americana del Perú (Amcham)	Instituto Peruano de Economía (IPE)
Cámara de Comercio Peruano Británica (BPCC)	Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE)
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)	

Principales Riesgos y Oportunidades

Principales Impactos, Riesgos y Oportunidades de los Grupos de Interés de RIMAC Seguros

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTOS	RIESGOS U O OPORTUNIDADES
Colaboradores	Diversidad Laboral	Durante el 2016, se desarrolló el Programa de Empleabilidad bajo el concepto de Diversidad Laboral. El objetivo es ofrecer igualdad de oportunidades a poblaciones minoritarias con con alguna habilidad diferente y/o discapacidad.
Colaboradores	Posicionar la marca empleadora RIMAC Seguros	Bajo el enfoque de "Atraer – Motivar – Retener", durante el 2016 RIMAC Seguros se propuso ganar los mejores talentos y motivar a nuestros actuales colaboradores.
Clientes	Cuidar de los clientes y sus familias	Mediante el "Programa Cuidate" e iniciativas como Yo me Cuido y Estar Bien, RIMAC Seguros continúa mejorando la calidad de vida de sus clientes, promoviendo hábitos saludables y una cultura en la prevención y promoción de la salud.
Clientes	Mayor eficiencia en costos y fidelización de clientes a través de la compensación ambiental de pólizas.	RIMAC Seguros compensa ambientalmente todas las pólizas de la empresa y las entrega en bolsas biodegradables.

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTOS	RIESGOS U O OPORTUNIDADES
Comunidad	Expansión de la cultura de prevención entre la comunidad educativa.	Durante el año 2016, la Empresa firmó un Convenio de Cooperación Interinstitucional con el Ministerio de Educación, a fin de contribuir con la cultura de prevención a través del programa Yo me Cuido.
Gremios e Instituciones	Fomento de la cultura en seguros	A través del gremio Apeseg, RIMAC Seguros trabajó un programa que busca insertar la cultura aseguradora en la educación primaria y secundaria.
Corredores de Seguros	Mantener una relación estratégica y fortalecer el compromiso con los corredores de seguros.	Durante el 2016, la gestión con los corredores se enmarcó en 4 ejes: Incentivos – Comunicación – Capacitación – Fidelización.
Proveedores	Mayor control de los riesgos en la cadena de suministro.	RIMAC Seguros realizó procesos de homologación a sus proveedores técnicos y administrativos. Además, en las evaluaciones a los proveedores administrativos se incluyen criterios relativos a las prácticas laborales y derechos humanos y de responsabilidad social.

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

RIMAC Seguros ha venido adoptando medidas para contrarrestar las consecuencias negativas del cambio climático en los riesgos de lluvia e inundación, los cuales 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, la identificación de riesgos asegurados en zonas críticas y la revisión de la Política de Suscripción.

De la misma forma, la empresa ha elaborado un paquete de medidas preventivas básicas que los clientes deben implementar de forma obligatoria. A la par, editó una cartilla de prevención en caso de lluvias e inundaciones para clientes empresas y clientes personas, donde brinda recomendaciones sobre el manejo estructural de sus instalaciones físicas y de sus viviendas.

En el año 2014, inició el desarrollo de la página web de prevención de riesgos y para el 2015 se habilitó el sitio www.prevencionrimac.com, donde en la sección Riesgos Patrimoniales se puede encontrar información respecto al fenómeno El Niño, al fenómeno La Niña, Terremotos y otros riesgos asociados, así como un artículo muy completo respecto a qué hacer para prevenir los daños productos de lluvias inusuales. Adicionalmente, en el año 2016, se organizó 3 charlas en provincias (Chidayo, Trujillo y Piura) referentes al fenómeno El Niño y sus consecuencias. En el

verano del 2016, RIMAC Seguros realizó una campaña de difusión masiva online con el objetivo de fomentar la prevención contra lluvias.

Debido a la emergencia presentada por el fenómeno El Niño durante el 2016, RIMAC Seguros 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 periodo 2016 fueron de US\$3.8 millones, cifra superior a la registrada en el 2015 con un monto de US\$ 1.2 millones.

En cuanto al impacto del cambio climático sobre las operaciones de RIMAC Seguros, existe otros escenarios de posibles desastres: terremotos, inundaciones, tsunamis, por nombrar algunos. Si se presentara un escenario catastrófico, la prioridad de la estrategia de recuperación de la empresa será la atención médica y la indemnización de los siniestros, pues se elevarán masivamente las reclamaciones de los clientes en todos los ramos.

Gracias al Plan de Continuidad del Negocio, la empresa tiene un equipo de respuesta ante este tipo de desastres, el cual aborda y gestiona los problemas estratégicos, tácticos y operativos derivados del evento de interrupción; el objetivo es limitar el daño, aumentar la confianza de los grupos de interés y reducir los costos y los tiempos de recuperación.

3. ESTRATEGIA HACIA LA SOSTENIBILIDAD



ESTRATEGIA HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Modelo de Negocio Responsable

(G4-14) (G4-56)

La empresa está convencida de que la Responsabilidad Social es el camino para la sostenibilidad de su negocio y entorno. Por esa razón, integra sus principios y valores en una sola misión: trabajar por un mundo con menos preocupaciones. Para lograrlo, ha adoptado la Guía ISO 26000 como principal herramienta de gestión de la Responsabilidad Social.

Es importante resaltar que RIMAC Seguros forma parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas cuyo fin es 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 la gestión empresarial.

Para garantizar estos avances en su gestión, RIMAC Seguros cuenta con una Política de Responsabilidad Social y con un Comité de Responsabilidad Social que asegura su aplicación. Asimismo, en el año 2016, entró en vigencia la Política de Relaciones con Grupos de Interés y Gestión de Conflictos de Interés cuya finalidad es plasmar el compromiso de la empresa con sus grupos de interés, con el fin de mantener un trato cercano a lo largo del tiempo y formar un vínculo sostenible con ellos.

Ética y Conducta en RIMAC Seguros

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, tanto entre los miembros de la empresa como con terceros.

De esta manera, el Código de Conducta de RIMAC Seguros es un instrumento de gestión que permite anticiparse a situaciones complejas, estandarizando el buen comportamiento de los colaboradores y de los proveedores. Estas normas se aplican por igual a todos los miembros de la empresa, sin excepción alguna, sean directivos, funcionarios o personal en general, así como a los proveedores de RIMAC Seguros, en tanto resulte pertinente.

El Comité de Cumplimiento de RIMAC Seguros está encargado de velar por su ejecución y revisión permanente de estos temas, gracias a la activa participación de sus integrantes: 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.

Dicho 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 relacionados con los temas éticos y de conducta, autorizar los casos de excepción, proponer al Directorio las modificaciones que considere necesarias y determinar las acciones para la difusión del Código.

Asimismo, el Código de Conducta de RIMAC Seguros contempla un mecanismo de reporte de prácticas no éticas denominado Canal de Integridad. Con esta herramienta confidencial y privada, los colaboradores pueden informar, de manera anónima y responsable, sus preocupaciones acerca de situaciones que consideren contrarias a lo indicado en el Código. Para garantizar su independencia, el Canal de Integridad es operado por Ernst & Young (E&Y), empresa independiente y especializada que se encarga de las asesorías relacionadas con los asuntos que requiera el Comité de Cumplimiento.

Gestión del Riesgo Reputacional

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

**ETAPA 1
PREVENCIÓN** El Comité de Riesgo Reputacional revisa los principales riesgos, realiza charlas de sensibilización a áreas críticas sobre la gestión del riesgo y capacita a voceros.

**ETAPA 2
CONTENCIÓN** Si se detecta un caso de riesgo (expuesto en prensa o redes sociales), se activa el Comité de Crisis que coordina con la División de Experiencia del Cliente y Sostenibilidad para la elaboración de mensajes, declaraciones o material informativo que se requiera.

**ETAPA 3
OPORTUNIDAD DE MEJORA** Finalmente, se realiza el Análisis de los casos para detectar oportunidades de mejora.

Por otra parte, 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, la empresa pone especial énfasis en la prevención para poder detectar y monitorear oportunamente cualquier situación de riesgo. Adicional a ello, durante el 2016 se capacitó y entrenó a los ejecutivos buscando sensibilizarlos en la gestión del riesgo.



Política de Responsabilidad Social de RIMAC Seguros

Trabajamos estrategias pensando en nuestros grupos de interés

Yo me cuido

www.yomecuido.com.pe

Es un programa de responsabilidad social que promueve una cultura de prevención en la comunidad educativa. Para ello, se provee información a través de un Portal de Prevención, basada en cuatro ejes temáticos: salud y nutrición, accidentes y primeros auxilios, emergencias y desastres, y seguridad vial. Además, este programa que cuenta con alianzas público privadas como Educared, Exsa, Gobierno Regional del Callao, LG, Mediscience, Odebrecht, Perú Educa, Samsung, Santillana Savia, TASA y Taxi Directo.

Plan Lector

Es un programa que busca la interiorización de actitudes fundamentales de una cultura de prevención y el desarrollo de habilidades propias de la comprensión lectora. Desarrollamos metodologías, las cuales pedagógicamente son asesoradas por Escuela de Capacitación Pedagógica. Dichas metodologías son aplicadas a niños desde los 5 años de edad hasta sexto grado de primaria y dentro del horario escolar. Así, trabajamos para los docentes kits de comprensión lectora, los cuales se complementan con la utilización de la colección de cuentos "Aprendiendo a Cuidarme" y los dos cuentos desarrollados en conjunto con Santillana: "Aprendiendo a Cuidarme y Prevenir" y "Aprendiendo a Cuidar mi Salud".

Alianza con la Liga contra el Cáncer

En el 2014 se inauguró en conjunto el Centro de Detección y Prevención La Colmena en el centro de Lima con un área de 400 metros cuadrados y equipos de última generación que permiten que más de 35 mil personas puedan chequearse y detectar el cáncer a tiempo.

Voluntariado RIMAC

Este programa busca construir una cultura de prevención, a través de diferentes tipos de voluntariados, y convertir a nuestros colaboradores en agentes de cambio para la sociedad.

Medio Ambiente

En el marco de nuestro compromiso con el Medio Ambiente, hemos desarrollado una serie de estrategias internas orientadas a reducir los impactos medioambientales generados por nuestra operación y así, preservar una calidad de vida óptima para las generaciones presentes y las futuras.

Reciclaje de Papel

Contribuimos a la reducción de papel a través del acopio y donación de papel en todas nuestras oficinas de Lima, como parte del programa "Recíclame, Cumple tu Papel", promovido por la empresa Kimberly Clark en favor de Aldeas Infantiles SOS. De esta manera, realizamos nuestro aporte también para el financiamiento de proyectos que contribuyan al desarrollo integral de los niños y niñas de los hogares de Aldeas Infantiles y a la preservación de más de mil árboles que no serán talados gracias a la producción de papel reciclado.

Póliza Ecoamigables

Hemos medido y compensado el 100% de las emisiones GEI producto del uso de los materiales, proceso de fabricación y reparto de nuestras pólizas de seguros. Además, utilizamos bolsas biodegradables para la protección de las pólizas, que enviamos a nuestros asegurados.

Comunidad

Trabajamos a favor de la comunidad desde varios frentes, desde esfuerzos generados por nuestros colaboradores hasta programas de educación en prevención.

Proveedores

Nuestro objetivo es poder garantizar un trato justo a nuestros proveedores y clientes intermediarios a través de procesos y controles que busquen establecer relaciones duraderas, basadas en la confianza, la transparencia, las condiciones equilibradas de poder, el respeto a los compromisos asumidos y a los valores de la compañía.

Estado

Trabajamos de la mano del Estado y los entes reguladores para ofrecer un mejor servicio al ciudadano. Buscamos constantemente alianzas para mejorar la cultura de prevención, tal como la que tenemos con PerúEduca del Ministerio de Educación.

Accionistas

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

Colaboradores

Nuestros colaboradores son quienes forjan el liderazgo y solidez de RIMAC, por tanto, el esfuerzo de cada uno lo retribuimos 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.

Escuela de Negocios RIMAC

Uno de nuestros logros más importantes fue la inauguración de la Escuela de Negocios RIMAC, la cual tienen la tarea principal de diseñar y gestionar los programas de capacitación, con la finalidad de que nuestros colaboradores puedan actualizar, mejorar y fortalecer sus conocimientos en diferentes materias y, de esta manera, potenciar su desarrollo.

Cientes

Son nuestro objetivo primordial y por quienes trabajamos para brindar un servicio que supere sus expectativas, proporcionándoles experiencia memorable de manera integral.

RIMAC Habla Claro

www.rimachablaclaro.com

Es un portal web diseñado para brindar información clara y sencilla acerca de los productos que ofrecemos. Muestra de manera amigable el funcionamiento de los seguros.

Programa Cuidate

Es un programa dirigido a nuestros asegurados que sufren de las siguientes enfermedades crónicas: Asma Bronquial, Hipertensión Arterial, Dislipidemia (alteraciones en el Colesterol o Triglicéridos) y Diabetes Mellitus tipo 2. Este programa está diseñado para mejorar la calidad de vida, poniendo a disposición un médico de cabecera y asesoría continua.

Estar Bien

<http://rimacestarbien.com/>

Es una iniciativa que pone al alcance de nuestros clientes información y artículos de interés de manera que mejoren su calidad de vida, teniendo como pilares: Vida Sana (actividad física, nutrición y estilo de vida) y cuidado integral de la salud.

Medios de Comunicación

Generación de información sobre el mercado asegurador.

Difundimos el alcance, aporte y funcionamiento de los seguros en los principales medios de comunicación, concretando publicaciones del sector asegurador en medios estratégicos.

Socios Intermediarios

Buscamos generar una relación de confianza y transparencia con nuestros socios intermediarios a través de procesos y controles. De esta manera, se puede obtener mejores beneficios para ambas partes.



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 2016, 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. **(G4-15)**

Estructura de Gobierno en RIMAC Seguros (G4-34)

El Directorio es elegido por una Junta General de Accionistas y por un periodo de 1 año. Está conformado por 10 directores titulares y 1 director suplente, tal como se detalla a continuación:

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
Jaime Araoz Medanic	Licenciado en Administración de empresas	2016	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			
Miguel Ángel Salmón Jacobs	Licenciado en Derecho y en Ciencias Políticas	2013	A la fecha

Además, RIMAC Seguros cuenta con un Comité de Gestión Integral de Riesgos, constituido por tres directores y el Gerente General; y un Comité de Auditoría, el cual incluye a tres directores responsables de las decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. Es importante resaltar que ninguno de los directores ocupa un puesto ejecutivo en la empresa.

Inversiones Responsables

Gestión de las Inversiones en RIMAC Seguros

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, por el Comité Integral de Riesgos y por el Directorio. En el 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 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.

Desde el año 2016, RIMAC Seguros forma parte del Programa de Inversión Responsable (PIR) cuya primera actividad se realizó durante la Semana del Financiamiento Climático de Lima en agosto del 2014. Dicha iniciativa fue oficializada y presentada en diciembre de ese año, en el marco de la COP20 de Lima, como una idea promovida por el sector financiero liderado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL), el Grupo SURA y A2G. El PIR es la red de soporte oficial de los Principios de Inversión Responsable, promovidos por la iniciativa de Naciones Unidas. **(G4-15)**

Desempeño Financiero 2016 (DMA Desempeño Económico)

Durante el periodo 2016, RIMAC Seguros continuó superando importantes desafíos y retos que se presentaron como parte del incierto contexto económico para el Perú y el mundo. El año 2016 mostró mercados de consumo débiles (con contracciones o bajo crecimiento), sin crecimientos en inversión, también se presentaron índices de empleo formal “estancados” y apenas hubo 1.5% de crecimiento en demanda interna.

Sin duda, todo este proceso de desaceleración económica, incertidumbre financiera y cambios regulatorios impacta en el sector asegurador, que ya venía lidiando con la baja cultura de aseguramiento y la llegada de nuevos competidores que imponen presión en precios para ganar participación de mercado. Entre los principales desafíos a enfrentar destaca, al cierre del 2016, la caída anual de -4% de las primas del Sistema Asegurador Peruano mientras que la utilidad neta se redujo en -1%. Esto significa una contracción del mercado de seguros después de años de crecimientos a doble dígito.

Para contrarrestar el impacto, la empresa ha venido implementando una serie de medidas estratégicas y comerciales que le ha permitido mantener el crecimiento y consolidar su liderazgo en el sector asegurador, con 31.5% de participación sobre las primas y 7 puntos de ventaja sobre el más cercano competidor.

En consecuencia, durante el año 2016, los ingresos por primas alcanzaron US\$1,047 millones, es decir, 11% menos que en el año 2015. La mayor reducción de primas se dio principalmente en los negocios de seguros patrimoniales (debido a que hubo menos proyectos, menor renovación y pérdida de cuentas frente a programas regionales o competencia local) así como los negocios de rentas vitalicias (afectado por nueva ley de retiro de fondos de AFP). Pese a ello, con un mejor manejo de los componentes del RT (rentabilidad de la cartera, mejores tecnologías y controles), un enfoque en eficiencia (reducción de gastos y planilla), la liberación de reservas del mercado de RRVV y una buena gestión del portafolio de inversiones, se cumplió las metas operativas y de rentabilidad presupuestadas. El resultado fue una utilidad neta de US\$63 millones, monto que es 3% superior al presupuesto del año 2016.

Valor Económico Generado a los Grupos de Interés (G4-EC1)

VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (en millones de dólares)	2014	2015	2016
Ingreso netos por primas	\$1,134,7	\$1,173,4	\$1,047,03
Ingresos financieros	\$143,0	\$134,7	\$134,5
TOTAL INGRESOS	\$1277,6	\$1308,1	\$1,181.8
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	\$963,7
Saldo	\$239,5	\$232,3	\$218.1
Costes operativos			
Gastos de personal + Gastos administrativos + depreciación y amortización	\$65,2	\$77,3	\$73,3
Colaboradores			
Salarios	\$60,6	\$52,8	\$47,3
Beneficios sociales	\$35,5	\$33,0	\$30,7
Gobierno			
Pago de impuestos	\$6,1	\$1,2	\$3,4
Comunidad			
Inversiones en la comunidad, donaciones deducibles y no deducibles	\$0,3	\$0,2	\$0,1
Accionistas			
Dividendos	\$6,5	\$17,3	\$13,1
TOTAL EGRESOS	\$1212,2	\$1257,6	\$1,131.6
Valor económico retenido (VER)	\$65,4	\$50,5	\$50,2

Premios y Reconocimientos

El 2016 fue un año de recompensas pues el esfuerzo desplegado por RIMAC Seguros se vio reflejado en una serie de premios y reconocimientos.

■ Una de las mejores empresas para trabajar en el Perú

El Ranking Merco Talento 2016 reconoció a RIMAC Seguros entre las empresas con mayor potencial para atraer y retener talento en el país. La empresa ascendió 14 posiciones en dicho ranking desde la edición anterior, ocupando ahora el puesto 21.

■ Empresa preferida por los ejecutivos para adquirir seguros empresariales

La XVI Encuesta Anual de Ejecutivos, realizada por la Cámara de Comercio de Lima en el 2016, reconoció a RIMAC Seguros por quinto año consecutivo como la "Mejor Compañía de Seguros para Empresas". La encuesta reveló que el 34% de los ejecutivos confía en la empresa para la adquisición de sus seguros.

■ Empresas con Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo en la Bolsa de Valores de Lima

RIMAC Seguros fue reconocida nuevamente por la Bolsa de Valores de Lima como una de las empresas listadas con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo en el Perú.

■ Aliado por la Educación 2016

El Ministerio de Educación reconoció la contribución de RIMAC Seguros al sector educativo nacional en la categoría "Mejora de Aprendizajes", gracias al programa integral de prevención Yo Me Cuido.

■ Distintivo "Empresa Socialmente Responsable"

Por cuarto año consecutivo, Perú 2021 reconoció el compromiso de RIMAC Seguros con la responsabilidad social empresarial como forma de gestión orientada a la competitividad sostenible y responsable.

■ Perú ALAS20 - Agenda Líderes Sustentables 2020

Fue reconocida por ALAS20, única iniciativa en Latinoamérica que evalúa, califica y reconoce integralmente la experiencia en la divulgación de información sobre prácticas de desarrollo sustentable, gobierno corporativo e inversiones responsables. RIMAC Seguros obtuvo el quinto puesto en la categoría "Empresa Líder en Gobierno Corporativo" y el sexto puesto en Empresa Líder en Sustentabilidad.

■ Empresa peruana con mayor recordación en el rubro Seguros

El estudio de Marcas 2016, realizado por la consultora Arellano Marketing y publicado el 16 de mayo del 2016 en el Diario El Comercio, reconoce a la marca RIMAC Seguros como la de mayor recordación en el rubro Seguros en el país.

■ La primera aseguradora en el país certificada en ISO 9001:2008

La empresa posee la certificación ISO 9001:2008 otorgada por la Société Générale de Surveillance (SGS) en dos procesos clave: Prevención de Riesgos Laborales y Gestión de Proyectos de Desarrollo de Tecnologías de Información.

■ La primera empresa latinoamericana en auditar su gestión de Responsabilidad Social según la norma internacional ISO 26000:2010

RIMAC Seguros obtuvo una calificación de 4 sobre 5 en la auditoría de gestión de Responsabilidad Social, lo que la posiciona en el nivel Avanzado de la norma ISO 26000:2010. Esto es resultado de adecuadas políticas, que cubren las más altas expectativas, además de incluir evidencias que prueban las acciones y gestiones en el área de Responsabilidad Social.

■ La primera aseguradora en conseguir certificación 14001 para el Sistema de Gestión Ambiental

RIMAC Seguros es la primera empresa del país en recibir la certificación ISO 14001 por parte de la certificadora internacional Lloyd's Register Quality Assurance, en reconocimiento a la eficiente implementación del Sistema de Gestión Ambiental.

■ Buenos Empleadores

RIMAC Seguros forma parte de la Asociación de Buenos Empleadores (ABE) patrocinada por la Cámara de Comercio Peruano Americana. Como parte de la asociación, participa del concurso anual cuyo objetivo es mostrar y difundir las prácticas laborales más destacadas de la industria, así como resaltar los modelos de gestión más importantes de las empresas participantes.

4. CREACIÓN DE VALOR

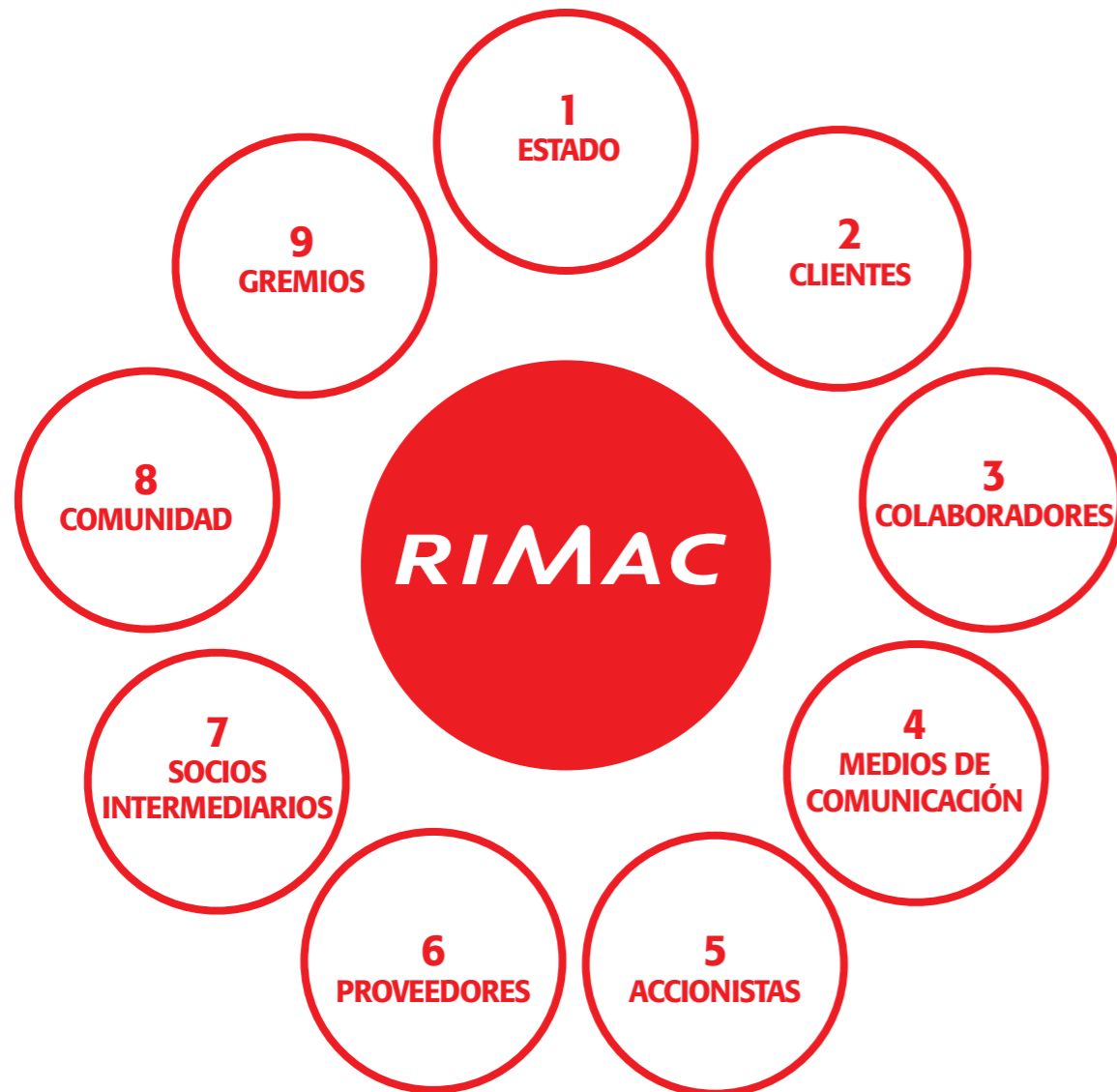


CREACIÓN DE VALOR

Los Grupos de Interés y sus Expectativas

En RIMAC Seguros se viene realizando un mapeo de grupos de interés cada tres años, liderado por las gerencias encargadas del relacionamiento con cada uno de ellos. Los diálogos, en cambio, se realizan cada dos años. Sin embargo, la empresa siempre está dispuesta a dialogar a través de sus diferentes canales. **(G4-25) (G4-18)**

Grupos de Interés de RIMAC Seguros (G4-24)



Grupos de Interés de RIMAC Seguros

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (G4-26)	
Grupo de Interés	Tipo de Participación
Estado	<ul style="list-style-type: none"> Convenio de trabajo firmado con el Ministerio de Educación para el programa Yo Me Cuido. Colaboración con el Ministerio de Salud en pro de la cultura de prevención a través del programa Yo Me Cuido.
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas sobre satisfacción, momentos de verdad Aló RIMAC y un análisis de detección de necesidades. Información constante del programa de educación Yo me cuido, en pro de la cultura de prevención.
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Estudios anuales de clima laboral. Información constante sobre el negocio, reconocimientos, beneficios, entre otros. Desarrollo de nuevos canales de información. Énfasis en comunicación presencial. Charlas de sensibilización en temas de Responsabilidad Social (voluntariado y programa Yo Me Cuido).
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Promoción de contenidos utilitarios que buscan destacar el valor de los seguros, y la cultura de prevención.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> Creación de los objetivos estratégicos y validación de la Memoria Anual. Buen Gobierno Corporativo.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación para los proveedores incluyendo temas éticos y de Responsabilidad Social. Homologación a proveedores administrativos. Estudios de satisfacción.
Socios intermediarios	<ul style="list-style-type: none"> Mapeo y clasificación de corredores para asegurar que estén alineados a la política de Responsabilidad Social y al Código de Conducta. Boletines con información de la empresa.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Paneles de diálogo llevado a cabo cada dos años. Impacto en más de 13 colegios emblemáticos, nacionales y particulares con el programa Yo Me cuido, que busca mejorar comprensión y fluidez lectora para promover la interiorización de actitudes fundamentales de una cultura de prevención.
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) y la Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud (APEPS). La empresa lidera el comité de comunicaciones con el objetivo de mejorar la reputación del rubro, de mitigar riesgos del entorno y de crear mejores condiciones de mercado. Primer estudio de Arellano sobre percepción de la categoría. Capacitaciones a periodistas y desarrollo del I Concurso de Periodismo. Programa de educación financiera Finanzas en el Colegio. Inclusión de temas de seguros en la educación secundaria.

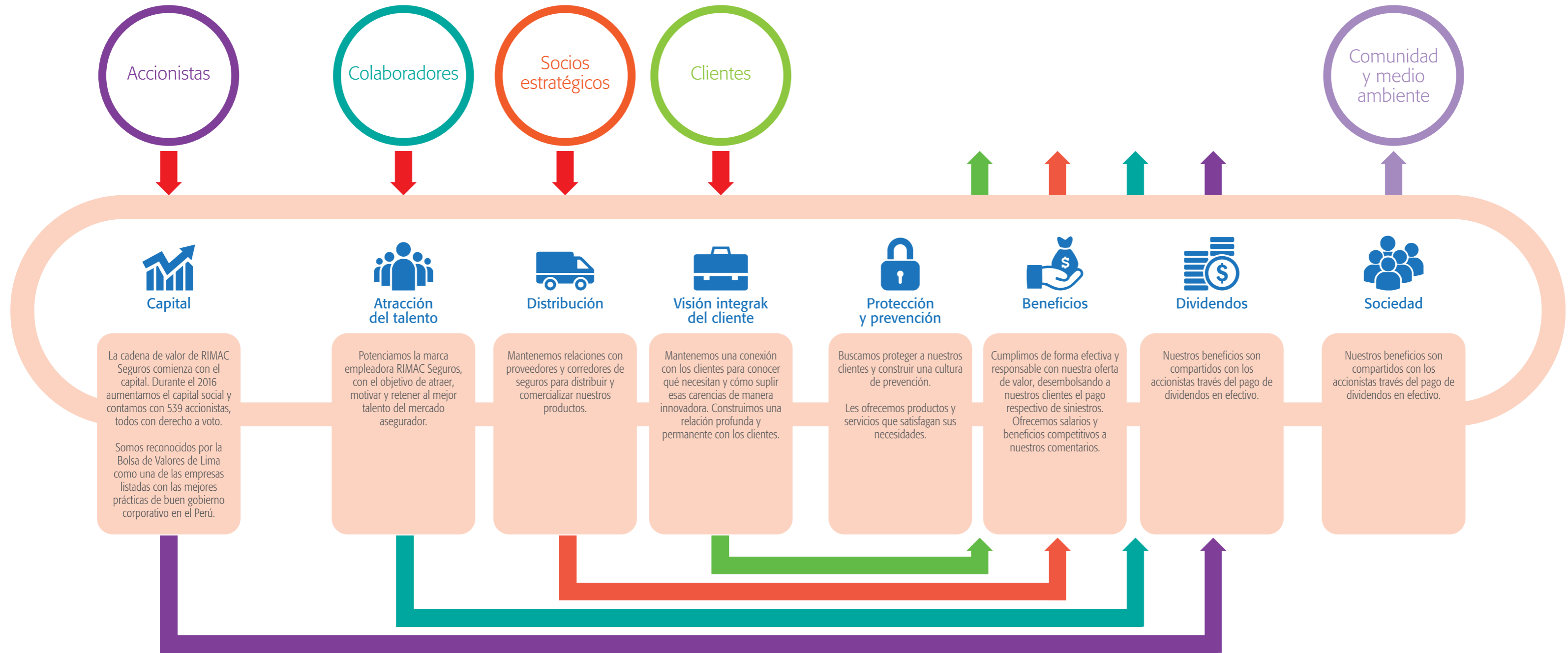
A través de encuestas realizadas en el año 2016, RIMAC Seguros identificó las expectativas de sus grupos de interés relacionadas con la gestión de la empresa. El detalle de las expectativas más relevantes se presenta a continuación: **(G4-27)**

PRINCIPALES EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
Colaboradores	Cientes	Proveedores	Corredores
Formación de colaboradores, gestión de habilidades y desarrollo de carrera.	Promover programas preventivos de salud	Evitar reclamos y multas debido a casos relacionados con publicidad, promoción y patrocinio.	Promover la diversidad e igualdad de oportunidades en la empresa.
Difusión del código de conducta entre los grupos de interés.	Promover proyectos de inversión social.	Velar por la seguridad y salud de los colaboradores, clientes, proveedores y terceros.	Realizar actividades para el desarrollo de las comunidades locales de RIMAC Seguros.
Capacitación a los trabajadores para identificar y erradicar cualquier posible situación de soborno o corrupción.	Contribuir en la generación de empleo y en el cumplimiento de beneficios a los colaboradores.	Brindar información completa a los clientes al adquirir productos de RIMAC Seguros.	Promover valores éticos entre todos los miembros de la empresa y así evitar casos de corrupción.
Mayor innovación aplicada a los procesos de trabajo.	Asegurar el desarrollo y la capacitación de los colaboradores.	Ofrecer un servicio transparente para evitar reclamos y multas relacionadas con los productos ofrecidos por la empresa.	Impulsar inversión social como las obras por impuestos.
Mayor comunicación y retroalimentación hacia colaboradores.	Ofrecer información transparente y clara sobre los productos de RIMAC Seguros.	Realizar buenas prácticas para disminuir el consumo energético en las operaciones de RIMAC Seguros.	Fomentar el ahorro del consumo de agua entre los colaboradores.

Cadena de Valor en RIMAC Seguros

En RIMAC Seguros nuestra visión es ser una Empresa socialmente responsable, centrada en el cliente y de clase mundial, líder nacional de seguros y salud.

Nuestra cadena de valor muestra cómo creamos un impacto positivo en cada etapa de nuestro negocio, damos la mejor protección a los clientes y gestionamos un negocio sostenible para todos nuestros grupos de interés.



Visión Integral del Cliente (VIC)

Para RIMAC Seguros, los clientes son su razón de ser. Por ello, adecúa su organización, procesos, productos y tecnología en función de la satisfacción de sus necesidades.

La cultura VIC supone reinención diaria para convertirse en una empresa que busca relaciones sólidas y duraderas con sus clientes. Supone transformar su plataforma actual para acceder a las nuevas tecnologías que permiten almacenar mucha más información y procesarla velozmente. De esta forma, RIMAC Seguros utiliza las herramientas analíticas que le conducen a obtener un conocimiento más profundo de los clientes.

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 de sus familias para construir un ambiente de tranquilidad en el cual puedan crecer juntos.

El cumplimiento regulatorio de los productos y servicios, así como el lanzamiento de nuevos, 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. Por último, a través del portal www.rimac.com.pe, se brinda orientación a los usuarios sobre los mecanismos para poder presentar reclamos o recomendaciones. (DMA Cumplimiento Regulatorio)

Durante el periodo 2016, RIMAC Seguros recibió 3 multas relacionadas al incumplimiento normativo relativo al suministro y el uso de productos y servicios. Los montos involucrados no afectan de manera alguna el patrimonio, los negocios ni las actividades de RIMAC Seguros, no teniendo influencia significativa. **(G4-PR9)**

Una empresa que cuida de sus clientes y sus familias (DMA Salud y Seguridad del Cliente)

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

El programa Cuidate es de acceso libre y voluntario para enfermos crónicos⁶. Está diseñado para mejorar la calidad de vida de los usuarios, poniendo a disposición del asegurado un médico de cabecera y una enfermera con 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. A noviembre del 2016, cuenta con 13,993 afiliados. A ello se suman boletines mensuales con énfasis en prevención y promoción de la salud, que se publican como parte del boletín Todo Va a Estar Bien.

Durante el 2016, RIMAC Seguros ha potenciado el uso de su página web Prevención en Salud dirigida en principio a las empresas, en donde promociona el uso de la Encuesta Puntaje Vital, con el fin de evaluar el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas metabólicas e incluso algunos cánceres. Hasta diciembre, más de 5,000 personas ya habían completado la encuesta.

En diciembre del año 2016, RIMAC puso en marcha el aplicativo Peso Saludable para ayudar las personas con sobrepeso a cambiar lentamente hacia hábitos saludables y así contribuir a bajar de peso en el mediano plazo.

La página web Estar Bien (www.rimacstarbien.com) es una iniciativa que propone la promoción de la vida sana y el cuidado integral de la salud. Se sirve de artículos de interés e información que fomentan la actividad física, nutrición saludable y estilo de vida armónico.

Asimismo, el programa integral Yo me cuido tiene como objetivo promover la cultura de prevención en el país, promoviendo buenas prácticas individuales en los ejes de salud y nutrición, emergencias y desastres naturales, accidentes y primeros auxilios, y seguridad vial.

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 clientes. **(G4-PR1)**

Transparencia en la Información

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 les ofrecen.

Mediante la página web (www.rimac.com), RIMAC Seguros brinda información detallada sobre sus productos, servicios, coberturas y canales de atención a sus clientes.

El portal web RIMAC Habla Claro (www.rimachablaclaro.com) brinda información sencilla y amigable sobre los conceptos básicos de los seguros, así como de los principales procedimientos y funcionamiento de productos.

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 Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), para que les sean otorgados los códigos de registro. Cabe resaltar que el 100% de los productos están sujetos a la regulación de la SBS y deben incluir como mínimo la siguiente información:

PÓLIZAS	HOJA RESUMEN DE PÓLIZA	FOLLETOS INFORMATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> 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 recibirá; así como 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, se indica 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. 	<p>INFORMACIÓN GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Información de 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 SBS, el INDECOPI, entre otros, según corresponda. Cargas. Agravaciones del riesgo asegurado. <p>INFORMACIÓN DE LA PÓLIZA</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 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.

⁶ Enfermos crónicos con hipertensión arterial, diabetes mellitus tipo 2, dislipidemia y/o asma bronquial.

Satisfacción del cliente

Para conocer la satisfacción de los clientes personas, RIMAC Seguros habilitó una serie de encuestas telefónicas realizadas diariamente 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 "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).

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN/INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE RIMAC SEGUROS							
Estudios	¿Qué mide?	T2B (Satisfacción)			BB (Insatisfacción)		
		2016	2015	2014	2016	2015	2014
AMBULATORIA CLÍNICAS	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de las 17 principales clínicas que se encuentran dentro de la cobertura.	88%	84%	82%	1%	1%	3%
TALLERES	La satisfacción de los asegurados sobre el servicio de los principales talleres concesionarios y multimarca que se encuentran dentro de la cobertura.	87%	80%	80%	2%	4%	4%
EMERGENCIAS	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de ambulancias y procuradores, durante su emergencia.	88%	85%	89%	2%	4%	2%
ASISTENCIAS	La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de los médicos telefónicos, médicos a domicilio, grúa, auxilio mecánico y chofer de reemplazo, durante su asistencia.	91%	87%	89%	1%	3%	2%
CONSULTAS - CLIENTES	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de atención de consultas o requerimientos por parte de nuestro Contact Center.	78%	75%	77%	6%	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.	83%	82%	86%	3%	2%	3%
ATENCIÓN PRESENCIAL - PROVINCIA	La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de las plataformas de atención presencial en Trujillo, Chiclayo, Piura, Iquitos, Huancayo, Cusco y Arequipa.	84%	86%	87%	4%	2%	4%

Buenas Prácticas de Publicidad y Marketing (DMA Comunicaciones de Marketing)

RIMAC Seguros cuenta con una Política de Comunicación Publicitaria basada en criterios éticos, de igualdad y transparencia, que están alineados con los valores de la empresa. La comunicación se gestiona en la División de Marketing, la cual tiene 3 áreas:

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

Durante el 2016, RIMAC Seguros produjo aproximadamente 3,350 piezas publicitarias, cifra que incluye las piezas diseñadas por la empresa y que son consideradas material institucional. Durante este periodo, RIMAC Seguros no recibió sanción alguna relacionada a sus comunicaciones de marketing, publicidad, promoción o patrocinio. **(G4-PR7)**

Privacidad del Cliente (DMA Privacidad del Cliente)

RIMAC Seguros cuenta con una Política de Protección de Datos Personales, la misma que se encuentra alineada a lo establecido en la Ley de Protección de Datos Personales (Ley 29733) y su Reglamento. Esta política define los diferentes roles y responsabilidades de los colaboradores respecto a la protección de datos personales, así como la confidencialidad, integridad y titularidad de los mismos.

Durante el 2016, se trabajaron las sesiones de capacitación y reforzamiento de la atención de los derechos ARCO⁷ establecidos por la Ley. Adicionalmente, se desplegaron nuevas acciones de mejora para mitigar nuevos riesgos identificados en los principales procesos, aplicaciones y ubicaciones físicas más sensibles de la compañía.

Dando cumplimiento adecuado a la Política de Seguridad de Información y a la Ley de Protección de Datos personales, RIMAC Seguros ha incluido en todos sus formatos donde solicite información personal, incluyendo Libro de Reclamaciones y Web, una sumilla que hace referencia a los derechos de los usuarios en relación al tratamiento de sus datos. Asimismo, hemos identificado que se han registrado 26 reclamos sobre presunta fuga de información de clientes; sin embargo, luego de las investigaciones, ninguno fue declarado fundado. **(G4-PR8)**

INICIATIVAS PARA MEJORAR LA EDUCACIÓN EN SEGUROS

Durante el periodo 2016 se implementó diversas iniciativas dirigidas a fomentar la educación en seguros hacia los clientes y la sociedad.

Como parte de una gestión socialmente responsable, RIMAC Seguros viene desarrollando programas a favor de la prevención. Uno de ellos es un portal interactivo Yo Me Cuido que se lanzó en el año 2013 para estudiantes, docentes y padres de familia de todo el país con información precisa, oportuna, entretenida y de fácil acceso. Este portal cuenta con juegos, canciones, infografías, material didáctico y cuentos infantiles que aluden a la prevención en casa y promueven hábitos saludables. Adicionalmente, cuenta con diversos canales como Facebook, YouTube, Instagram, y una aplicación para poder potenciar y llegar a todos los públicos con una cultura de prevención.

Desde la Asociación Peruana de empresas de Seguros (Apeseg) se continúa de manera activa brindando charlas de capacitación, organizando el concurso para periodistas, y promoviendo la participación en foros académicos.

Adicionalmente, a través del gremio Apeseg, en el 2016 se trabajó de manera integral un programa que busca insertar la cultura aseguradora en la educación primaria y secundaria. Es así que el gremio se incorporó en el proyecto Finanzas en mi Colegio, en el cual trabajan Asbanc, Minedu, SBS y Apeseg. Este proyecto está en línea con las acciones establecidas en la Estrategia Nacional para la Inclusión Financiera, a nivel nacional. Para esta primera etapa, se está proyectando llegar a más de 30 mil estudiantes del VII Ciclo de Educación Básica Regular (3ro, 4to y 5to de secundaria) de un grupo de 150 instituciones educativas de jornada escolar completa en Arequipa, Callao, Junín, Lima, Piura, Puno y San Martín.

Como parte del proyecto, se han preparado 3 cuadernos de trabajo con contenidos y casos prácticos sobre educación financiera y una guía con orientaciones pedagógicas para el docente. Adicionalmente, se acompaña cada una de las 20 sesiones del proyecto con historietas, que complementan los conocimientos impartidos de una manera amena y de fácil lectura, y se cuenta con 5 historietas más que introducen a los alumnos en diversos temas generales de economía. RIMAC Seguros mantiene representantes en la mayoría de los comités internos de los gremios a los que pertenece, desde donde trabaja intensamente para buscar mejoras y mayores oportunidades para todos los involucrados en el mercado asegurador peruano.

⁷ Los derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición) son el conjunto de derechos a través de los cuales la Ley de Protección de Datos personales garantiza a las personas el poder de control sobre sus datos personales.

Desarrollo del Capital Humano de los 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, mantiene al mejor talento del mercado asegurador. RIMAC Seguros cuenta con canales de diálogo entre jefes y colaboradores. Posee encuestas de opinión, canales de comunicación con la Alta Gerencia y un boletín electrónico semanal. De esta forma, en caso de haber cambios organizacionales, la empresa comunica a sus colaboradores dentro de un periodo de dos semanas aproximadamente. **(G4-LA4)**

En el 2016, RIMAC Seguros realizó la medición de una encuesta Pulso de Clima Laboral, la cual mide 3 de los 19 factores medidos en el 2015 en la encuesta completa de Clima y Efectividad Organizacional. Estos factores son Claridad y Direccionamiento, Liderazgo y Confianza en los líderes. El resultado de esta encuesta tuvo como promedio general un 80% de favorabilidad.

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 una lista oficial de afiliados ni un convenio colectivo. **(G4-11)**

Al 31 de diciembre del 2016, RIMAC Seguros contó con 3,346 colaboradores, de los cuales 1,939 eran colaboradores directos, 75 practicantes y 1,332 subcontratados.

Reclutamiento y Selección

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

- 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 estuvo 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.

- Programa de Referidos – Súmate: enfocado a los colaboradores de RIMAC Seguros, a fin de que inviten a sus colegas/amigos a ser parte de la empresa.

- Programa de Bienvenida al nuevo colaborador, como parte del proyecto de Experiencia al Colaborador: incluye paquete de bienvenida, formato de autogestión, y merchandising. Programa de Diversidad Laboral: enfocado en minorías poco favorecidas de la población.

Empleabilidad con Diversidad

Durante el año 2016, se desarrolló dos acciones orientadas a la contratación de personas con discapacidad y minorías desfavorecidas de la sociedad.

- Programa de Empleabilidad para Discapacidad Laboral, bajo el enfoque normativo, cumpliendo con las exigencias de las entidades reguladoras. Se realizan publicaciones semanales en el portal autorizado del MINTRA.

- Programa de Diversidad Laboral, con enfoque directo a 4 poblaciones menos favorecidas (personas de talla pequeña, personas de la tercera edad, personas con discapacidad sensorial y ex miembros de las FF.AA.). Durante el periodo 2016, se ha trabajado el diseño del programa y la estrategia de atracción para llegar a dichas poblaciones objetivo. Para el 2017, se prevé la implementación de este programa.

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

RIMAC Seguros cuenta con un plan de capacitación anual, que es elaborado a partir de un proceso interno 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 Seguros.

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 conocimiento. A continuación, se muestran las horas de capacitación y los programas de capacitación impartidos durante el 2016:

Horas de capacitación	2014	2015	2016
Capacitación Colectiva	1,180	975	950
Capacitación Individual	1,273	2,827	917
Total horas de capacitación	2,453	3,802	1,867

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN 2016		
Management	Seguros	Ventas y Servicios
Certificación en Contabilidad para empresas de Seguros.	Certificación en Asistencia Médica Individual	Programa de Certificación en Ventas Consultivas y Asesoría Financiera - Sesión Herramientas del yo al yo
Charla Guy Carpenter	Certificación en Ingeniería de Riesgos	Programa de Certificación en Ventas Consultivas y Asesoría Financiera - Sesión Ventas Consultivas
Comunicación Asertiva – UPC	Certificación en productos de riesgos laborales.	Programa de Certificación en Ventas Consultivas y Asesoría Financiera - Sesión Gestión Comercial Supervisores
Control de Incendios	Certificación en Responsabilidad Civil	Comunicación y Venta Telefónica
Diplomado Estudios Gestión Dirección Ventas CENTRUM	Curso avanzado de Ingeniería	
Diseño de Capacitaciones	Curso Comando de Incidentes	
Excel Intermedio	Curso de Revisión de Plan de Rociadores	
Gestión de Emociones en el Ambiente Laboral	Introducción a los Riesgos Generales, Riesgos Marítimos y Ramos técnicos	
Gestión de Procesos	Introducción a los Seguros	
Gestión de Proyectos		
Gestión de Reaseguro en el Ramo de Vida		
Licencias por el Programa Harvard Mentor		
Lidera Supervisores		
Manejo de clientes difíciles		
PAD - Programa de Dirección Estratégica		
Presentaciones Efectivas		
Programa de Formación Actuarial		
Programa de Formación Docente		
Programa Lidera GDH		
Programa Ritmo de Ventas.		
Taller de Consultoría del Rendimiento		
Taller de Imagen Personal		
Taller de Negociación		

Seguridad y Salud 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.

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 cumplen con cuatro capacitaciones anuales, durante el 2016 las capacitaciones estuvieron enfocadas en Primeros Auxilios, Pausas Activas, Manejo del estrés y Ergonomía en la oficina. Por último, los colaboradores realizan sus evaluaciones médicas ocupacionales al ingresar a la empresa, periódica y al retirarse de la Compañía.

RIMAC Seguros cuenta con un Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo 2016 - 2018 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 encuentra en planilla tiene representación en los comités de Seguridad y Salud en el Trabajo. El comité sesiona mensualmente y, entre sus funciones, se encarga de dar cumplimiento al Plan anual de Seguridad y Salud en el Trabajo.

En el 2016, 3 asesoras de seguros de la ciudad de Tarapoto, que forman parte de la planilla de la empresa, sufrieron un accidente de tránsito, generando descansos médicos prolongados.

TASA DE ACCIDENTES, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y VÍCTIMAS MORTALES EN RIMAC SEGUROS DEL AÑO 2016				
Tasa de Frecuencia ⁸	Tasa de Enfermedades Profesionales ⁹	Tasa de días Perdidos ¹⁰	Tasa de Accidentabilidad ¹¹	Víctimas Mortales ¹²
0.90	0	157	0.14	0

Derechos Humanos

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).

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 ha identificado casos en los que dicho derecho haya sido vulnerado en el periodo que incluye este Reporte.

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.

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 prohibiciones. Durante el periodo 2016 no se recibieron reclamos o denuncias referidas a actos de discriminación.

⁸ Tasa de frecuencia: Representa la cantidad de accidentes en un millón de horas hombre trabajadas

⁹ Tasa de enfermedades profesionales: Representa el número de enfermedades profesionales

¹⁰ Tasa de días perdidos: Representa la cantidad de días perdidos en un millón de horas hombre trabajadas

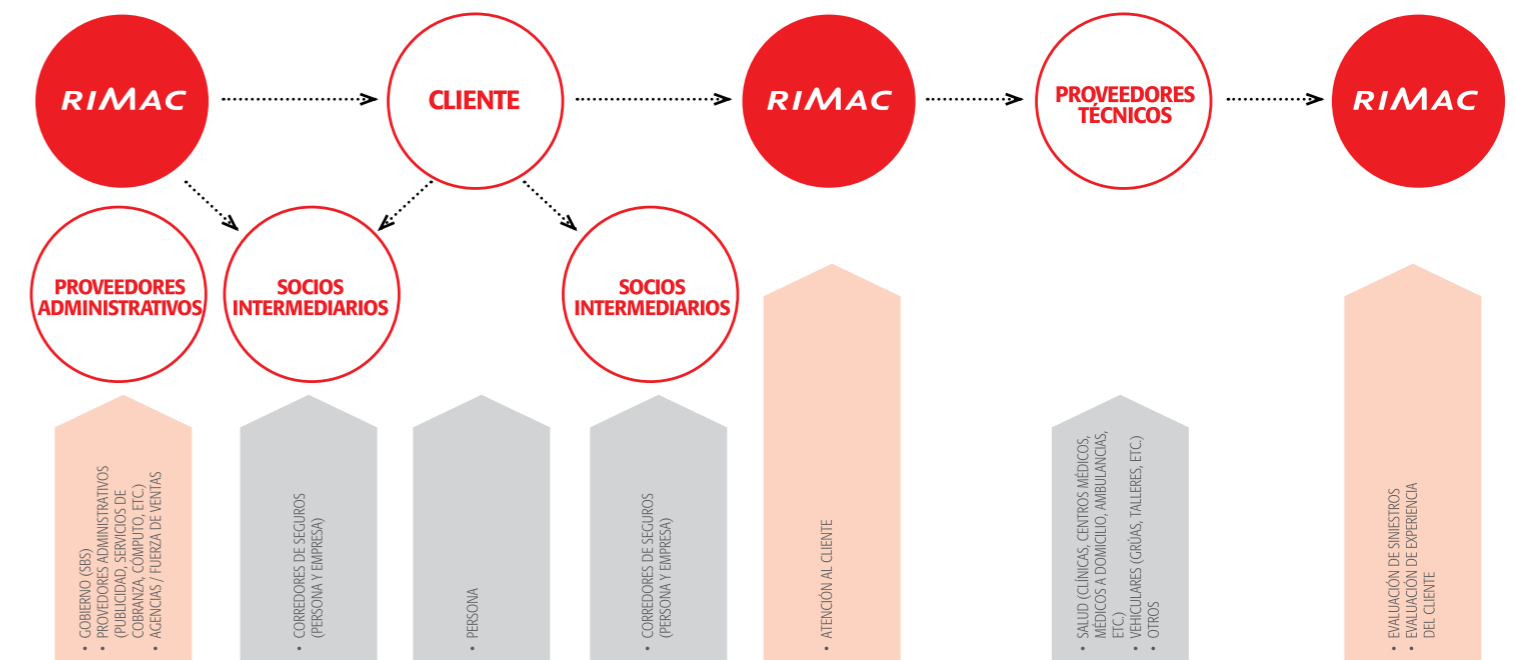
¹¹ Tasa de accidentabilidad: Es el resultado de la multiplicación de la tasa de frecuencia con la tasa de días perdidos entre mil y representa el número de accidentes con días perdidos

¹² Víctimas mortales.: representa el número de personas que han fallecido.

Trabajo con Aliados Estratégicos

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:



La cadena de suministro de la empresa inicia con el apoyo de 202¹³ proveedores administrativos a nivel nacional en el año 2016. 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 venta. El 99% de los proveedores son peruanos.

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 negocio.

Debido a su naturaleza, los productos por lo general 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 técnicos vehiculares y de servicios de salud.

¹³ No se considera a los proveedores esporádicos o no recurrentes.

Proveedores Técnicos Vehiculares (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. Ello 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 2015-2016, la empresa realizó 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, más proveedores están 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 Salud (G4-12)

En salud objetivo primordial de RIMAC Seguros es financiar atenciones médicas con altos estándares de calidad.

RIMAC Seguros, a través del 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), luego de haber establecido para dichas contrataciones una relación de requisitos indispensables que todo proveedor debe cumplir para ser proveedores de RIMAC Seguros. Con esto se asegura que las entidades contratadas son empresas de salud formalmente constituidas y que se cumplan las garantías explícitas de salud.

Cada proveedor está sujeto a supervisiones periódicas y de retroalimentación de parte de RIMAC Seguros, con el fin de optimizar los servicios y lograr niveles óptimos de calidad en los servicios que ofrecen como las atenciones preventivas, curativas y rehabilitadoras en todas las especialidades médicas.

El formato de los contratos realizados con los proveedores de servicios de salud se ajusta a la norma vigente de la Superintendencia de Salud (SUSALUD) y a la política actual de la empresa. En ese sentido, los convenios de salud están soportados en normas legales vigentes en

el Perú, incluyendo las de equidad y género, aseguramiento universal en salud, confidencialidad de la información, responsabilidad social, plan de continuidad, declaración de información de las IPRESS, etc. Durante el año 2016, RIMAC Seguros incluyó a 421 proveedores principales a nivel nacional incluyendo las sub sedes. La mayor concentración de la demanda en salud en el Perú se encuentra en la ciudad de Lima en donde se da aproximadamente el 80% de las atenciones totales. En el caso de provincias, la demanda se encuentra más dispersa, estando el 80% de las atenciones distribuida en 23 proveedores de salud, principalmente.

En relación a la contratación de los servicios críticos de salud que tienen gran impacto para el paciente relacionados con su supervivencia –como las Unidades de Cuidados Intensivos, servicios de mamografía, cardiología intervencionista, entre otros– se ha diseñado herramientas de supervisión previas basadas y elaboradas en estándares nacionales e internacionales donde se evalúa todo el proceso de atención médica. Ello incluye la infraestructura, equipamiento, staff médico y técnico, organización del servicio y su impacto en los resultados de la atención. Esta metodología implementada por RIMAC Seguros la diferencia de las demás IAFAS y le asegura la contratación de proveedores calificados.

Homologación de Proveedores

En el año 2015 se culminó el proceso de homologación de proveedores administrativos frecuentes con una facturación mayor a S/. 200,000, sin considerar servicios como alquileres y publicidad. Dicha homologación tiene una vigencia de 2 años, por lo que el siguiente proceso se realizará durante el año 2017. La evaluación la realizó la empresa certificadora SGS e incluyó los siguientes criterios:

Situación financiera y obligaciones legales

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

Capacidad operativa

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

Gestión de la calidad

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

Seguridad, salud y medioambiente

- Seguridad y salud ocupacional
- Gestión ambiental

Gestión comercial

Responsabilidad social

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

Continuidad del negocio

Es importante señalar que el modelo de contrato de locación de servicios contiene de manera específica una cláusula de Responsabilidad Social, la misma que incluye temas de derechos humanos, laborales, cuidado del medio ambiente y lucha contra la corrupción.

LINEAMIENTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA CONTRATAR PROVEEDORES

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. Respaldo 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.

Gestión con Corredores

Los ejes de la gestión con Corredores durante el 2016 fueron los siguientes:



En el año 2016 RIMAC Seguros ha mantenido la relación estratégica con los Corredores de Seguros, fortaleciendo el compromiso con ellos y los clientes mutuos, a través de diversas iniciativas de relacionamiento, comunicación y soporte.

En el periodo pasado, el Programa de Especialización de Corredores capacitó a más de 150 corredores y lanzó un nuevo curso en Riesgos Generales, enfocado en los productos para Pymes y empresas medianas y grandes, con los productos Negocio Seguro, CAR y Responsabilidad Civil.

Adicionalmente, la Empresa lanzó un nuevo canal de comunicación: Corredores TV. Por medio de televisores de alta definición en puntos claves para los corredores medianos y pequeños, quincenalmente se publican comunicados sobre incentivos, novedades en productos y procesos, entre otros temas de interés para los corredores.

El 2017 se enfocará en ampliar el alcance de la comunicación y en brindar un servicio más ágil a las gestiones de los corredores para así mejorar la experiencia de nuestros mutuos clientes.

Fomentando una Cultura de Prevención hacia la Sociedad

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 nativas. (DMA Comunidades Locales) (G4-S01) Sin embargo, la Empresa despliega una serie de acciones de alto impacto, que generan valor agregado tanto a sus operaciones como a la sociedad, alineadas a su core business.

Programa integral Yo Me Cuido

Desde el año 2013, RIMAC Seguros viene impulsando el programa integral Yo Me Cuido, cuyo objetivo es generar una cultura de

prevención en las nuevas generaciones. Este programa concentra su atención en niños y jóvenes escolares, así como en su entorno institucional y familiar. Durante el periodo 2016, se firmó un Convenio de Cooperación Interinstitucional con el Ministerio de Educación, a fin de contribuir con la interiorización de la cultura de prevención dentro de la comunidad educativa. Asimismo, recibió de esta institución la distinción Aliados por la Educación 2016, por su contribución a la mejora de aprendizajes gracias a este programa. Este respaldo se suma al brindado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO – desde los inicios del programa en el año 2013.

Yo me Cuido es una iniciativa multicanal, que hace uso de diversas plataformas de educación y comunicación que fomentan las buenas prácticas individuales en cuatro ejes estratégicos: salud y nutrición, accidentes y primeros auxilios, emergencias y desastres naturales, y seguridad vial. Dichas plataformas se detallan a continuación.

■ Colecciones de cuentos

Entre las herramientas que consolida el programa, las colecciones de cuentos son la acción bandera. A través de ellas no solo se incentiva una cultura de prevención, sino que también se promueven habilidades de comprensión lectora en los más jóvenes, con el apoyo de especialistas en educación.

Por un lado, la colección de cuentos “Aprendiendo a cuidarme” consta de 21 historias en siete tomos, dirigidas a niños de 5 a 8 años. De otro lado, los cuentos “Más vale prevenir” y “No juegues con la salud”, trabajados en alianza con Santillana, se dirigen a un público mayor, entre 10 y 13 años de edad. Todos se centran en diversos temas de prevención, en línea con los cuatro ejes estratégicos del programa.

Estas colecciones están disponibles de manera gratuita en el Portal de Prevención y en la aplicación móvil “Cuentos RIMAC” en una versión animada y narrada, con más de medio millón de descargas a la fecha.

■ Portal de Prevención Yo Me Cuido (www.yomecuido.com.pe) y redes sociales

El portal de prevención provee de manera gratuita material de calidad que permite a estudiantes, docentes y padres de familia informarse sobre temas de prevención en línea con los 4 ejes estratégicos del programa, antes mencionados. Está integrado por 3 grupos de contenidos específicos para cada uno de sus públicos objetivos. A la fecha, tiene más de 600 materiales preventivos, entre ellos artículos, juegos didácticos, recetas saludables, un completo Plan de Gestión de Riesgos, canciones de prevención para niños, descargables didácticos, guías para padres y docentes, infografías, entre otros contenidos de gran utilidad.

Las redes sociales de Yo Me Cuido funcionan como un canal de difusión de los contenidos de la web, ampliando su alcance a cada

vez más personas. Durante el periodo 2016, RIMAC fue innovando en sus contenidos web, desarrollando por ejemplo un vlogger sobre temas de prevención, así como videos tutoriales para la preparación de loncheras saludables, entre otros. Para su difusión, creó un canal de Youtube, así como una cuenta de Instagram y un fanpage adicional con contenido segmentado de acuerdo a los públicos objetivos del programa.

■ Programa de Fortalecimiento Docente y Mejora de la Comprensión Lectora

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, a través de las colecciones de cuentos Yo Me Cuido. Como parte de este programa, se capacita a docentes y se les hace entrega de kits de materiales didácticos que incluyen imágenes de los personajes de los cuentos, canciones y otros recursos audiovisuales que facilitan la intervención en clase.

A la fecha, se ha intervenido 168 instituciones educativas nacionales, privadas y emblemáticas ubicadas en Lima Metropolitana, Arequipa y Trujillo, las cuales se ubican en los niveles socioeconómicos B, C y D. Sólo en el año 2016, el programa capacitó en temas de prevención a 2,269 estudiantes, 90 docentes y 490 padres.

■ Alianzas con otras entidades

El programa Yo Me Cuido ha desarrollado diversas alianzas con importantes organizaciones públicas y privadas con el fin de potenciar el alcance del programa y llegar así a nuevos públicos. Entre ellas destaca el Ministerio de Educación, la Municipalidad de Lima –a través de su programa El Bus de la Lectura– Samsung, Easy Taxi, LG, TASA, Santillana, Innova Schools, GIL Editores, el programa “Impactando Vidas” de Mónica Liyau, el colegio Villa per sé, entre otros. De igual forma, se creó alianzas con diez “Mommy bloggers”, quienes contribuyeron a maximizar la llegada del programa a padres y madres de familia a través de plataformas digitales.



Voluntariado RIMAC

Dirigido a sus colaboradores, este programa está diseñado para formar agentes de cambio que promuevan una cultura de prevención y mejoren la calidad de vida de diversas comunidades.

Durante el 2016, RIMAC Seguros fue seleccionada por las Naciones Unidas para formar parte de Empresas que Inspiran, una selecta plataforma integrada por compañías peruanas convencidas del valor del voluntariado para la empresa y la sociedad peruana. Como parte de las actividades de esta plataforma, RIMAC Seguros participó como ponente del I Congreso Empresas que inspiran: Voluntariado Corporativo para el Desarrollo Sostenible.

Durante el año, el voluntariado corporativo se gestionó de la siguiente manera:

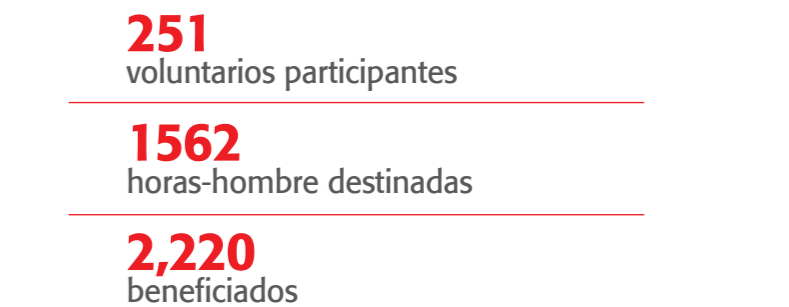
■ Voluntariado en eventos: Actividades que los voluntarios realizan en una jornada de seis horas de duración, entre los que destacan:

■ Voluntariado Medioambiental: Se realiza con el objetivo de generar una conciencia ambiental en los colaboradores, a través de actividades de sembrado y pintado de espacios públicos en beneficio de una comunidad.

■ 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.

■ Voluntariado Navideño: Se realiza en vísperas de la Navidad y se desarrollan talleres orientados a la prevención y actividades de mejora de la infraestructura de espacios públicos.

A lo largo del 2016, se incrementó la participación de los colaboradores en los eventos de voluntariado en un 42% respecto al año anterior. A continuación, los principales resultados:



- **Voluntariado en campañas:** Actividades donde los voluntarios realizan aportes de diversos tipos en beneficio de una comunidad específica:

- **Campaña "Socios UNICEF":** Esta campaña promueve la donación voluntaria por parte de los colaboradores de RIMAC Seguros que deseen mejorar la calidad de vida de miles de niños y niñas de nuestro país. Las donaciones mensuales permiten financiar programas de desarrollo enfocados en salud, educación y protección infantil. A través de este programa de cooperación, se ha trabajado con los gobiernos regionales de Amazonas, Loreto, Ucayali, Apurímac, Ayacucho y Cusco.

- **Campaña de donación de sangre:** En colaboración con el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN), se realiza esta campaña en las sedes principales de la Empresa, concientizando a sus colaboradores sobre la importancia de donar sangre.

Durante el 2016, se realizaron tres exitosas campañas con los siguientes resultados:

95
voluntarios participantes

40
horas-hombre destinadas

285
beneficiados

- **Banco de Sangre:** La Compañía cuenta con un banco de sangre voluntario al cual todo colaborador puede acceder. De este modo, se fomenta la confraternidad y, nuevamente, se sensibiliza sobre la importancia de donar sangre.



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 todos los eventos de corrupción de la Empresa sean registrados y gestionados por la Unidad de Riesgo Operacional. 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.

Según estipulan el Código de Conducta y la Política de Anticorrupción, los casos informados en el Canal de Integridad son derivados 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 fe.

A la fecha, se ha evaluado la exposición al riesgo de toda la compañía. Esta evaluación se inició con los procesos críticos de las divisiones de negocio, habilitadoras y de soporte. Se ha identificado riesgos asociados al fraude interno en el 47% de macroprocesos, los cuales representan el 5% del total de los riesgos de la compañía. (G4-SO3)

Compromiso con el Medio Ambiente

Si bien las actividades de negocio de RIMAC Seguros no generan un impacto significativo en el medio ambiente, desde el año 2013 la Compañía incorporó la gestión ambiental en sus operaciones a través del cálculo de su huella de carbono. Los resultados de esta medición indicaron que una de las fuentes más importantes de generación de CO2 era el consumo de papel en sus oficinas.

En este contexto, en los últimos años RIMAC Seguros ha impulsado diversas iniciativas que buscan minimizar su impacto en el medio ambiente de manera sostenible.

Compensación de Pólizas

El mayor impacto de la empresa es la impresión y el transporte de las pólizas de la empresa. Es por ello que, desde hace 2 años, se viene neutralizando las emisiones de GEI generadas por la producción y envío de las pólizas.

Desde el año 2014, la compañía viene compensando al 100% la emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos durante el proceso de emisión de sus pólizas físicas, que incluyen desde el uso de materiales hasta el proceso de fabricación y distribución.

Las pólizas son compensadas a través de la compra de bonos de carbono emitidos por el Proyecto REDD (Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación) de conservación del Parque Nacional Cordillera Azul, el cual evita la deforestación de una vasta extensión de bosque montano bajo de la zona oriental del Perú. Es una de las áreas naturales protegidas con mayor índice de conservación en nuestro país, manteniendo en su interior más de 30 especies nuevas para la ciencia.

Este proyecto contribuye mediante sus bosques a la captura de gases de efecto invernadero y, por lo tanto, ayuda a mitigar los efectos negativos del cambio climático, así como a reducir el riesgo de inundaciones o sequías que afecten a las poblaciones vecinas. Este mantenimiento de períodos húmedos y secos aporta a la seguridad alimentaria de las comunidades vecinas, ya que permite mantener la productividad de los cultivos. A continuación, se presenta el total de emisiones de CO2 equivalente producto del proceso de emisión de pólizas físicas:

Fuente	Toneladas Métricas de CO2 Equivalentes
Emisiones de pólizas ¹⁴	927 tCO2e

Sensibilización Ambiental

Desde hace unos años, RIMAC Seguros contribuye, con la participación activa de sus colaboradores, con la campaña Reciclame, Cumple tu Papel, promovida por Kimberly Clark a favor de Aldeas Infantiles SOS. Como resultado de esta participación, durante el año 2016 se recicló 17,985.10 kilos de papel y obtuvo el quinto lugar entre las empresas que más contribuyeron con el acopio de papel para reciclaje.

Cabe destacar que la empresa trabaja con proveedores responsables que utilizan materiales renovables. Por ejemplo, el papel bond blanco utilizado en todas las oficinas de la compañía es 100% ecológico, elaborado con fibra de caña de azúcar, libre de ácido, 100% reciclable y biodegradable. De igual manera, la compañía utiliza 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 2014 y en 2015, habiéndose sumado actualmente todas las pólizas de seguros emitidas por la Compañía.

Además, con el objetivo de promover una cultura de prevención y de cuidado ambiental, RIMAC Seguros cuenta con brigadistas ambientales para sus sedes en Lima, quienes se encargan de promover las prácticas de reciclaje y ahorro de energía eléctrica en sus oficinas.

Con el mismo interés, en el periodo 2016 la empresa siguió participando en campañas de sensibilización para el consumo responsable de energía a favor del medio ambiente, entre ellas La Hora del Planeta promovida por la World Wildlife Found. Para ello, se desarrollaron comunicaciones internas dirigidas a colaboradores, así como mensajes en redes sociales para la comunidad en general.

Consumo de Energía

Gradualmente y durante todo el 2016, se instalaron equipos que permitieron la reducción del consumo de energía en un 40%, como los equipos de A.A categoría VRV- categoría Inverter y los Seasonal Energy Efficiency Ratio 13 (SEER 13).

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA		
Fuente de Energía	Año	Consumo Total
Electricidad	2014	1,322.68
	2015	1,556.10
	2016	2,342.187

¹⁴ Los resultados de las emisiones 2016 estarán disponibles en el segundo semestre del 2017.

INICIATIVAS DE MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

- La medición y compensación al 100% de todo el proceso de elaboración y distribución de las pólizas de seguros, a través de la compra de bonos de carbono que benefician al Proyecto REDD de conservación del Parque Nacional Cordillera Azul.
- Utilización de bolsas biodegradables para la protección de las pólizas de seguros que se envía a los asegurados.
- 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".
- Afiliación al Pacto por la Movilidad Urbana Sostenible, iniciativa de la Municipalidad de San Isidro que busca convertir al peatón y al ciclista en los principales protagonistas de la movilidad del distrito. Para ello, promueve el uso y las mejoras del transporte público sostenible e implementa acciones para reducir el uso del automóvil privado o hacer su uso más eficiente y mejorar la seguridad vial.
- Desarrollo de campañas internas para la concientización del consumo responsable de los recursos naturales como el agua y la energía eléctrica.
- Uso del DNI como único documento necesario para la atención en centros de salud afiliados para todos los asegurados de RIMAC Seguros, en lugar del carné de PVC.
- Implementación de áreas verdes en diversas comunidades de Lima durante los tres eventos de voluntariado corporativo realizados durante el año.
- Uso de papel blanco bond 100% ecológico en todas las oficinas de la compañía, elaborado con fibra de caña de azúcar, reciclable y biodegradable.
- Uso de tecnología de iluminación LED en las sedes de Wilson y Juan de Arona para reducir el consumo de energía.
- Uso de sistema economizador de agua en los lavatorios de las sedes de Wilson y Juan de Arona.
- Uso en la sede de Juan de Arona de un sistema economizador de agua para la reducción de su consumo en los tanques, pasando de 6 a 4 litros.



5. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

G4/PACTO MUNDIAL/ISO 26000



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES					
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-1. Declaración del Presidente del Directorio sobre la relevancia de la sostenibilidad para la empresa y su estrategia.	pág. 6, 7	N/A	No	4.7, 6.2, 7.4.2	-
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-3. Nombre de la empresa.	pág. 10	N/A	No	6.3.10, 6.4.1, 6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5,	
G4-4. Principales marcas, productos y/o servicios.	pág. 18-20	N/A	No	7.8	-
G4-5. Ubicación de la sede principal.	pág. 2	N/A	No		-
G4-6. Países en los que opera la empresa.	pág. 20-21	N/A	No		-
G4-7. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	pág. 2	N/A	No		-
G4-8. Mercados servidos.	pág. 20-23	N/A	No		-
G4-9. Dimensiones de la empresa.	pág. 17	N/A	No		-
G4-10. Desglose del colectivo de colaboradores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	pág. 68-72	N/A	No		Principio 6
G4-11. Porcentaje de colaboradores cubiertos por un convenio colectivo.	pág. 46	N/A	No		Principio 3
G4-12. Descripción de la cadena de valor de la empresa.	pág. 49-52	N/A	No		-
G4-13. Cambios significativos durante el periodo cubierto por el reporte de sostenibilidad.	pág. 23	N/A	No		-
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-17. Cobertura del reporte de sostenibilidad.	pág. 10	N/A	No	5.2,	-
G4-18. Proceso de definición del contenido del reporte de sostenibilidad.	pág. 10-11, 38	N/A	No	7.3.2, 7.3.3, 7.3.4	-
G4-19. Aspectos materiales identificados.	pág. 12	N/A	No		-
G4-20. Limitaciones de los aspectos materiales identificados dentro de la empresa.	pág. 12	N/A	No		-
G4-21. Limitaciones de los aspectos materiales identificados fuera de la empresa.	pág. 12	N/A	No		-

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES					
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-22. Explicación del efecto de cualquier cambio en la información reportada en los reportes de sostenibilidad previos.	pág. 10, 12	N/A	No		-
G4-23. Cambios significativos en el alcance y cobertura de los aspectos en relación con reportes anteriores.	pág. 10	N/A	No		-
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-24. Relación de los grupos de interés de la empresa.	pág. 38	N/A	No	5.3	-
G4-25. Base para la identificación y selección de grupos de interés.	pág. 38	N/A	No		-
G4-26. Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	pág. 39	N/A	No		-
G4-27. Principales preocupaciones y asuntos de interés, por grupo de interés, que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	pág. 39	N/A	No		-
PERFIL DEL REPORTE					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-28. Periodo que cubre el reporte de sostenibilidad	pág. 10	N/A	No	7.5.3, 7.6.2	-
G4-29. Fecha del último reporte de sostenibilidad.	pág. 10	N/A	No		-
G4-30. Ciclo de reportaje.	pág. 10	N/A	No		-
G4-31. Punto de contacto.	pág. 2	N/A	No		-
G4-32. Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro del reporte de sostenibilidad.	pág. 60-64	N/A	No		-
G4-33. Políticas y prácticas de verificación externa del reporte de sostenibilidad.		Este reporte no ha sido auditado			-
GOBIERNO					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-34. Estructura de gobierno de la empresa.	pág. 32	N/A	No	6.2, 7.4.3, 7.7.5	-
ÉTICA E INTEGRIDAD					
Contenidos Básicos Generales	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
G4-56. Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la empresa.	pág. 30-31	N/A	No	4.4, 6.6.3	-

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
ASPECTOS ECONÓMICOS					
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 33		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-EC1. Valor económico directo generado y distribuido.	pág. 34		No	6.8.1, 6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	-
G4-EC2. Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático	pág. 25		No	6.5.5	-
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 52		No		-
G4-EC7. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los tipos de servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	A la fecha RIMAC Seguros no desarrolla Obras por impuestos.		No		-
ASPECTOS ECONÓMICOS: PRÁCTICAS LABORALES					
RELACIÓN ENTRE LOS COLABORADORES Y LA DIRECCIÓN					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 46		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 3 y 6
G4-LA4. Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	pág. 46		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	pág. 48		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6
G4-LA5. Porcentaje total de colaboradores que están representados en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-colaboradores, establecidos para ayudar a monitorear y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	pág. 48		No	6.4.6	Principio 6
G4-LA6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y sexo.	pág. 48		No	6.4.6, 6.8.8	Principio 6
CAPACITACIÓN Y DESARROLLO					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 46-47		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 6

G4-LA9. Promedio de horas de formación al año por colaborador, desglosado por sexo y por categoría de colaborador.	pág. 46-47, 72-73		No	6.4.7	Principio 6
G4-LA10. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los colaboradores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	pág. 46-47		No	6.4.7, 6.8.5	Principio 6
ASPECTOS SOCIALES: SOCIEDAD					
COMUNIDADES LOCALES					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 52		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 1 y 2
G4-SO1. Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	pág. 52-54		No	6.3.9, 6.5.1, 6.5.2, 6.5.3, 6.8	Principio 1 y 2
G4-FS13. Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente	pág. 20-21		No		1 y 2
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 54		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	Principio 10
G4-SO3. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción y los riesgos significativos identificados.	pág. 54		No	6.6.1, 6.6.2, 6.6.3	Principio 10
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	pág. 42		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR1. Porcentaje de las categorías significativas de productos y servicios que han sido evaluadas en impactos en salud y seguridad para su mejora.	pág. 42		No	6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8	-
COMUNICADORES DE MERCADOTECNIA					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Enfoque de gestión	pág. 45		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. pactos en salud y seguridad para su mejora.	pág. 45		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	pág. 45		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR8. Número total de reclamos debidamente fundamentados en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	pág. 45		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	pág. 42		No	6, 7.3.1, 7.4.3, 7.7.3, 7.7.5	-
G4-PR9. Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la empresa.	pág. 42		No	4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3	-
ASUNTOS MATERIALES NO GRI					
Contenidos Básicos Específicos	Página	Omisiones	Verificación externa	ISO 26000	Pacto Mundial
Clima Laboral	pág. 46		No	6.4.4	Principio 6



6. ANEXOS



Demografía de los Colaboradores (G4-10)

DESGLOSE DE COLABORADORES EN EL AÑO 2016			
SECTORES ABASTECIDOS	GÉNERO	NÚMERO	TOTAL
Colaboradores directos	Femenino	1126	1,939
	Masculino	813	
Colaboradores subcontratados	Femenino	922	1,332
	Masculino	410	
Practicante	Femenino	42	75
	Masculino	33	
TOTALES	Femenino	2,090	3,346
	Masculino	1,256	

Colaboradores por tipo de contrato 2016

Contratos	Categoría profesional	Región de procedencia	Género	Número	Total por región	Total por categoría profesional	Total por tipo de contrato
Indeterminado	Colaboradores	Lima	Femenino	569	1,069	1,118	1,939
			Masculino	500			
		Provincias	Femenino	31	49		
			Masculino	18			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	341	483	704	
			Masculino	142			
		Provincias	Femenino	148	221		
			Masculino	73			
	Funcionarios	Lima	Femenino	37	116	117	
			Masculino	79			
Provincias		Femenino	0	1			
		Masculino	1				
Plazo fijo	Colaboradores	Lima	Femenino	111	238	259	
			Masculino	92			
		Provincias	Femenino	9	21		
			Masculino	3			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	508	792	1,072	
			Masculino	212			
		Provincias	Femenino	193	280		
			Masculino	87			
	Funcionarios	Lima	Femenino	0	1	1	
		Masculino	1				
Pre-Profesional	Practicante	Lima	Femenino	42	75	75	75
			Masculino	33			

Colaboradores por tipo de contrato 2016

Contratos	Categoría profesional	Región de procedencia	Género	Número	Total por región	Total por categoría profesional	Total por tipo de contrato
Indeterminado	Colaboradores	Lima	Femenino	569	1,069	1,118	1,939
			Masculino	500			
		Provincias	Femenino	31	49		
			Masculino	18			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	341	483	704	
			Masculino	142			
		Provincias	Femenino	148	221		
			Masculino	73			
	Funcionarios	Lima	Femenino	37	116	117	
			Masculino	79			
Provincias		Femenino	0	1			
		Masculino	1				
Plazo fijo	Colaboradores	Lima	Femenino	111	238	259	1,332
			Masculino	92			
		Provincias	Femenino	9	21		
			Masculino	3			
	Colaboradores fuerza de ventas	Lima	Femenino	508	792	1,072	
			Masculino	212			
		Provincias	Femenino	193	280		
			Masculino	87			
Funcionarios	Lima	Femenino	0	1	1		
		Masculino	1				
Pre-Profesional	Practicante	Lima	Femenino	42	75	75	75
			Masculino	33			

Rotación de Colaboradores

NUEVAS CONTRATACIONES EN EL AÑO 2014, 2015 Y 2016					
Región	Género	Rango edad	Número de personas 2014	Número de personas 2015	Número de personas 2016
Lima	Femenino	Menores de 30 años	426	390	368
		Entre 30 y 50 años	389	365	320
		Mayores de 50 años	18	18	22
	Masculino	Menores de 30 años	321	318	212
		Entre 30 y 50 años	270	249	175
		Mayores de 50 años	11	9	12
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	94	138	42
		Entre 30 y 50 años	128	148	95
		Mayores de 50 años	3	8	3
	Masculino	Menores de 30 años	74	65	50
		Entre 30 y 50 años	85	88	51
		Mayores de 50 años	7	5	3
TOTAL DE NUEVAS CONTRATACIONES			1,826	1,801	1,353

CESES EN EL AÑO 2014, 2015 Y 2016					
REGION	GENERO	RANGO EDAD	2014	2015	2016
Lima	Femenino	Menores de 30 años	336	289	295
		Entre 30 y 50 años	376	387	368
		Mayores de 50 años	21	23	12
	Masculino	Menores de 30 años	266	240	198
		Entre 30 y 50 años	332	276	260
		Mayores de 50 años	22	29	14
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	108	97	68
		Entre 30 y 50 años	137	147	131
		Mayores de 50 años	9	9	7
	Masculino	Menores de 30 años	79	46	52
		Entre 30 y 50 años	94	72	71
		Mayores de 50 años	11	9	9
CESES TOTALES			1,791	1,624	1,485

ROTACION TOTAL POR GENERO EN EL AÑO 2014, 2015 Y 2016			
GENERO	PORCENTAJE DE ROTACION 2014	PORCENTAJE DE ROTACION 2015	PORCENTAJE DE ROTACION 2016
Masculino	57.30%	49.12%	44.64%
Femenino	46.49%	44.91%	65.11%

ROTACION TOTAL POR GENERO EN EL AÑO 2014, 2015 Y 2016			
GENERO	PORCENTAJE DE ROTACION 2014	PORCENTAJE DE ROTACION 2015	PORCENTAJE DE ROTACION 2016
Menos de 21 años	47.06%	45.00%	0.37%
Entre 21 y 30 años	71.61%	65.95%	52.33%
Entre 31 y 40 años	43.34%	40.11%	40.87%
Entre 41 y 50 años	35.94%	31.74%	13.08%
Entre 51 y 60 años	28.10%	29.27%	2.59%
Mas de 60 años	10.26%	27.78%	0.52%

Capacitación de Colaboradores (G4-LA9)

Colaboradores Capacitados por Género	N° colaboradores en RIMAC			Total de horas de formación			Horas de formación per cápita		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Femenino	2,493	2,494	2,421	14,447	11,452	15,887	5.80	4.59	6.56
Masculino	1,578	1,560	1,412	13,820	12,171	10,737	8.76	7.80	7.70
Total general	4,071	4,054	3,833	28,267	23,623	26,624	6.94	5.83	6.95

Colaboradores Capacitados por categoría profesional	N° colaboradores en RIMAC			Total de horas de formación			Horas de formación per cápita		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Empleado	1,739	1,681	1,687	21,352.5	12,149	9,534	12.28	7.23	5.65
Empleado FFV	1,804	1,881	1,685	1,301	2,131	10,092	0.72	1.13	5.99
Gerente	55	44	41	922.5	1,708	460	16.77	38.82	11.21
Gerente Corporativo	22	30	24	285	733	337	12.86	24.43	14.04
Gerente FFV	5	3	3	5	14	97	1.00	4.67	32.33
Jefe	251	238	223	3,406.5	5,102	3,763	13.57	21.44	16.88
Practicante	77	73	76	72.5	130	285	0.94	1.78	3.74
Secretaria	30	26	24	38.5	12	20	1.28	0.46	0.83
Sub-Gerente	88	78	70	885.5	1,644	2,037	10.06	21.08	29.10

RIMAC