

A low-angle, upward-looking photograph of a forest. The image shows several tall, slender tree trunks reaching towards a clear blue sky. The leaves are sparse and light green, suggesting a spring or early summer setting. The perspective creates a sense of height and verticality.

Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2016

Pacífico Seguros

Índice

1. CONTACTO	P-3	7.2. ASPECTOS MATERIALES DEL NEGOCIO	P-49	10.4. CLIMA LABORAL	P-83
2. PRESENTACIÓN	P-4	8. CLIENTES	P-55	10.5. ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN	P-85
3. CARTA DEL PRESIDENTE	P-5	8.1. CANALES DE VENTA Y ATENCIÓN	P-56	10.6. DESARROLLO DE LOS COLABORADORES	P-86
4. CARTA DEL GERENTE GENERAL	P-7	8.2. PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES	P-58	10.7. DERECHOS HUMANOS EN PACÍFICO	P-92
5. SOBRE PACÍFICO SEGUROS	P-11	8.3. PREVENCIÓN DE RIESGOS	P-59	10.8. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	P-96
5.1. PACÍFICO EN RESUMEN	P-12	8.4. GESTIÓN DE RECLAMOS	P-60	10.9. VOLUNTARIADO EN PACÍFICO	P-97
5.2. NUESTRO COMPROMISO ÉTICO CON EL PAÍS	P-21	8.5. SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	P-62	11. COMUNIDAD	P-98
5.3. DESEMPEÑO ECONÓMICO	P-30	8.6. SEGUROS PARA MEDIANAS, PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS	P-65	11.1. SALUD	P-100
5.4. NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO	P-35	9. CORREDORES DE SEGUROS	P-68	11.2. CAMPAÑAS DE SEGURIDAD VIAL	P-103
6. ESTRATEGIAS PARA CREAR VALOR	P-39	9.1. COMUNICACIÓN CON CORREDORES	P-70	11.3. RIESGOS FRENTE A DESASTRES NATURALES	P-104
6.1. NOS REDEFINIMOS PARA QUE EL PERÚ SEA UN PAÍS SEGURO	P-40	9.2. CAPACITACIÓN DE CORREDORES	P-71	12. MEDIO AMBIENTE	P-105
6.2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO PARTE DEL NEGOCIO	P-41	9.3. POLÍTICA DE CANALES	P-73	12.1. CONSUMO DE MATERIALES	P-107
6.3. COMPROMETIDOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	P-43	9.4. SATISFACCIÓN DE CORREDORES	P-74	12.2. ENERGÍA	P-109
7. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS Y ASPECTOS MATERIALES DEL NEGOCIO	P-44	10. COLABORADORES	P-75	12.3. EMISIONES	P-110
7.1 NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS	P-45	10.1. CIFRAS DE EMPLEO	P-76	12.4. CUIDADO DE LA BIODIVERSIDAD	P-114
		10.2. ROTACIÓN DEL PERSONAL	P-79	12.5. CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES AMBIENTALES	P-115
		10.3. COMUNICACIÓN INTERNA	P-82	13. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI	P-117

1. Contacto

(G4-3, G4-5, G4-31)

Pacífico Grupo Asegurador

Sede principal: Avenida Juan de Arona 830, San Isidro, Lima.

Pacífico Grupo Asegurador invita a los lectores de este reporte a enviar sus opiniones, consultas y sugerencias a:

responsabilidadsocial@pacifico.com.pe

Elaborado con la asesoría de RS+
www.rsmas.pe

2. Presentación

(G4-7, G4-13, G4-22, G4-28, G4-29, G4-30, G4-33)

En Pacífico Grupo Asegurador estamos orgullosos de presentar nuestro quinto Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente. Este documento ha sido elaborado bajo los parámetros de la Global Reporting Initiative para obtener la opción de conformidad esencial.

Este reporte también constituye nuestra Comunicación de Progreso al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, al que estamos adheridos desde el 2008. Al mismo tiempo, reafirma nuestro compromiso por seguir apoyando sus diez principios sobre derechos

humanos, condiciones laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Este documento tiene carácter anual y contiene información sobre la gestión socialmente responsable de las empresas que conforman Pacífico Grupo Asegurador: El Pacífico Peruano Suiza Cía. de Seguros y Reaseguros S.A., El Pacífico Vida Compañía de Seguros y Reaseguros S.A., y Pacífico S.A. Entidad Prestadora de Salud.

El periodo que comprende el reporte va del 1 de enero al 31 de diciembre del 2016. El

reporte anterior cubrió el mismo periodo en el año 2015. No se han presentado cambios significativos en el alcance y la cobertura con respecto al reporte del 2015. Los contenidos de este reporte de sostenibilidad no cuentan con verificación externa.

3. Carta del presidente

(G4-1)

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para presentarles nuestro Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2016, mediante el cual comunicamos, con transparencia, cómo generamos valor económico, social y ambiental para el país.

Durante los últimos años hemos pasado por una fase de evolución. Nos hemos centrado en consolidar la eficiencia y eficacia de nuestros procesos, en desarrollar herramientas digitales que permitan a nuestros corredores y clientes realizar transacciones de manera rápida y simple, y en crear soluciones de seguros innovadoras, que se adapten a las necesidades y expectativas de diferentes sectores de la población. Con todo ello buscamos generar vínculos de largo plazo y experiencias positivas para todos nuestros clientes.

Nos sentimos satisfechos no solo por los resultados obtenidos en el 2016 sino porque los alcanzamos en un entorno de bajo dinamismo económico y de cambios regulatorios adversos en algunos de nuestros negocios. Estos resultados, además, refuerzan nuestra convicción de tener un portafolio de productos integral y diversificado, y nos alientan a seguir trabajando por un negocio de seguros rentable con resultados estables en el tiempo.

Como parte de nuestra estrategia de transformación, en el 2017 debemos continuar con las iniciativas de mejora que hemos emprendido en años anteriores y, en esta etapa, nos enfocaremos en buscar la excelencia operativa en nuestros principales procesos para consolidarnos

“Estos resultados, además, refuerzan nuestra convicción de tener un portafolio de productos integral y diversificado, y nos alientan a seguir trabajando por un negocio de seguros rentable con resultados estables en el tiempo”.

(G4-1)

como la compañía que mejor servicio brinda a sus clientes. Lo lograremos siendo la empresa más eficiente y con canales más productivos del mercado, llevando soluciones de seguros que proporcionen a nuestros clientes la mejor opción frente a situaciones inesperadas, que les permita encarar la vida con plena confianza y vivir con tranquilidad. Seguiremos en la línea de lograr que nuestros clientes “vivan pacífico”.

Concluyo agradeciendo, por su constante apoyo, a nuestros accionistas, a nuestros colaboradores y a nuestros clientes, a nuestros proveedores y a los corredores que trabajan con nosotros. El éxito sostenido de Pacífico Seguros es posible gracias a ustedes.

Dionisio Romero Paoletti
Presidente del Directorio



4. Carta del gerente general

(G4-1)

Desde hace algunos años los constantes cambios y demandas de la sociedad retan a las empresas a buscar soluciones innovadoras y eficientes que contribuyan a un desarrollo social sostenido y sostenible. Por eso, en Pacífico trabajamos año a año para brindar soluciones integrales que, de manera eficiente y efectiva, permitan ofrecer a las familias, a los empresarios y a la comunidad en general el soporte que necesitan para enfrentar las situaciones más difíciles que puedan presentarse.

Durante el 2016 buscamos mejorar nuestros procesos internos enfocando nuestros esfuerzos en efectuar una gestión más eficiente, impulsar nuevos proyectos y diseñar nuevos productos y experiencias que se adapten a las necesidades de quienes son nuestra razón de ser: los clientes.

En los procesos de atención continuamos la labor iniciada en el 2015. Logramos avances importantes con la implementación del Customer Relationship Management (CRM) en los puntos de contacto con el cliente y con la mejora de nuestros niveles de First Contact Resolution (FCR), en consultas y reclamos. Asimismo, lanzamos la renovada página web de Pacífico y el APP de asistencia vehicular, con lo que estamos dando los primeros pasos para establecer una relación virtual que nos permita ofrecer cada vez más servicios de forma simple y eficiente.

Pero estamos yendo más allá. Seguimos trabajando en segmentar y conocer mejor a nuestros clientes para poder brindarles ofertas de valor diferenciadas, de acuerdo con las necesidades de cada segmento, mejorar su experiencia con nosotros y

“Durante el 2016 buscamos mejorar nuestros procesos internos enfocando nuestros esfuerzos en efectuar una gestión más eficiente que se adapte a las necesidades de nuestros clientes”.

(G4-1)

fortalecer el vínculo con cada uno de ellos. Asimismo, estamos optimizando nuestros procesos en Lima y provincias para ser más eficientes y reducir factores como el tiempo de emisión de pólizas y la atención y resolución de reclamos. Estamos haciendo más cosas para que los clientes se sientan mejor y más protegidos. Ese trabajo nos ha llevado a obtener una satisfacción acumulada anual del 74.9%, superando la meta establecida para el 2016.

También hemos mejorado y afianzado la relación con nuestros socios de negocio. Respaldados por los resultados obtenidos con las iniciativas lanzadas e implementadas en el 2015, el Portal de Corredores y el Centro de Atención a Corredores, durante el 2016 desarrollamos un programa de capacitación dirigido a un primer grupo de los 1,213 socios

de negocio con los que trabajamos. En el 2017 seguiremos impulsando ese programa para llegar a más corredores de seguros y continuaremos optimizando nuestros procesos para que ellos puedan desarrollar su negocio de manera fácil y sencilla. Y así podrán crecer con nosotros.

A nivel interno, nos preocupamos por ofrecer a nuestros colaboradores el mejor ambiente de trabajo. Queremos que se sientan en familia y puedan crecer tanto profesional como personalmente, y hacer una línea de carrera en Pacífico o en las otras empresas de Credicorp. Esa disposición nos ha permitido lograr un índice de favorabilidad del 80% en la encuesta anual de clima laboral, cuatro puntos porcentuales más que el año 2015. Además, gracias al trabajo que realizamos con nuestros colaboradores

74.9%
 de satisfacción
 de clientes
 alcanzamos en
 el 2016.

(G4-1)

este año, obtuvimos el primer puesto en la categoría seguros del ranking Dónde Quiero Trabajar, de Arellano Marketing, y en la encuesta Marca Empleadora, de Apoyo Comunicaciones y Laborum.

También alcanzamos el puesto 12 entre las 100 compañías evaluadas para el Ranking General de Empresas con Mejor Reputación, de Merco. Esa posición nos permitió encabezar la categoría seguros. Además, por tercer año consecutivo obtuvimos el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021, lo que refleja nuestro compromiso por realizar una gestión socialmente responsable con nuestros diferentes grupos de interés y el medio ambiente.

En cuanto a la gestión ambiental, en el 2016 continuamos midiendo nuestra

huella de carbono y trabajamos para reducirla y compensarla mediante los bonos de carbono que adquirimos para la conservación de la Reserva Nacional de Tambopata y el Parque Nacional Bahuaja Sonene, ambos en Madre de Dios. Asimismo, destacamos el compromiso de nuestros Líderes Eco-sociales, colaboradores voluntarios en nuestras iniciativas ambientales y sociales, cuyo esfuerzo contribuye al desarrollo sostenible del país.

El Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2016, elaborado bajo la guía G4 de The Global Reporting Initiative, detalla cómo gestionamos los impactos que genera nuestro negocio desde una perspectiva de sostenibilidad y responsabilidad con todos nuestros grupos de interés.

“Este Reporte, elaborado bajo la guía G4 de The Global Reporting Initiative, detalla cómo gestionamos los impactos que genera nuestro negocio”.

(G4-1)

Además, este reporte constituye nuestra Comunicación de Progreso del cumplimiento de los diez principios establecidos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Así, reafirmamos nuestro compromiso de continuar apoyando los diez principios de ese pacto y compartimos nuestra experiencia sobre cómo mantenemos buenas prácticas laborales, cómo respetamos los derechos humanos en nuestra cadena de valor, cómo gestionamos la responsabilidad con el medio ambiente y nuestro aporte a la lucha contra la corrupción, problema que aqueja y pone en riesgo el desarrollo del país.

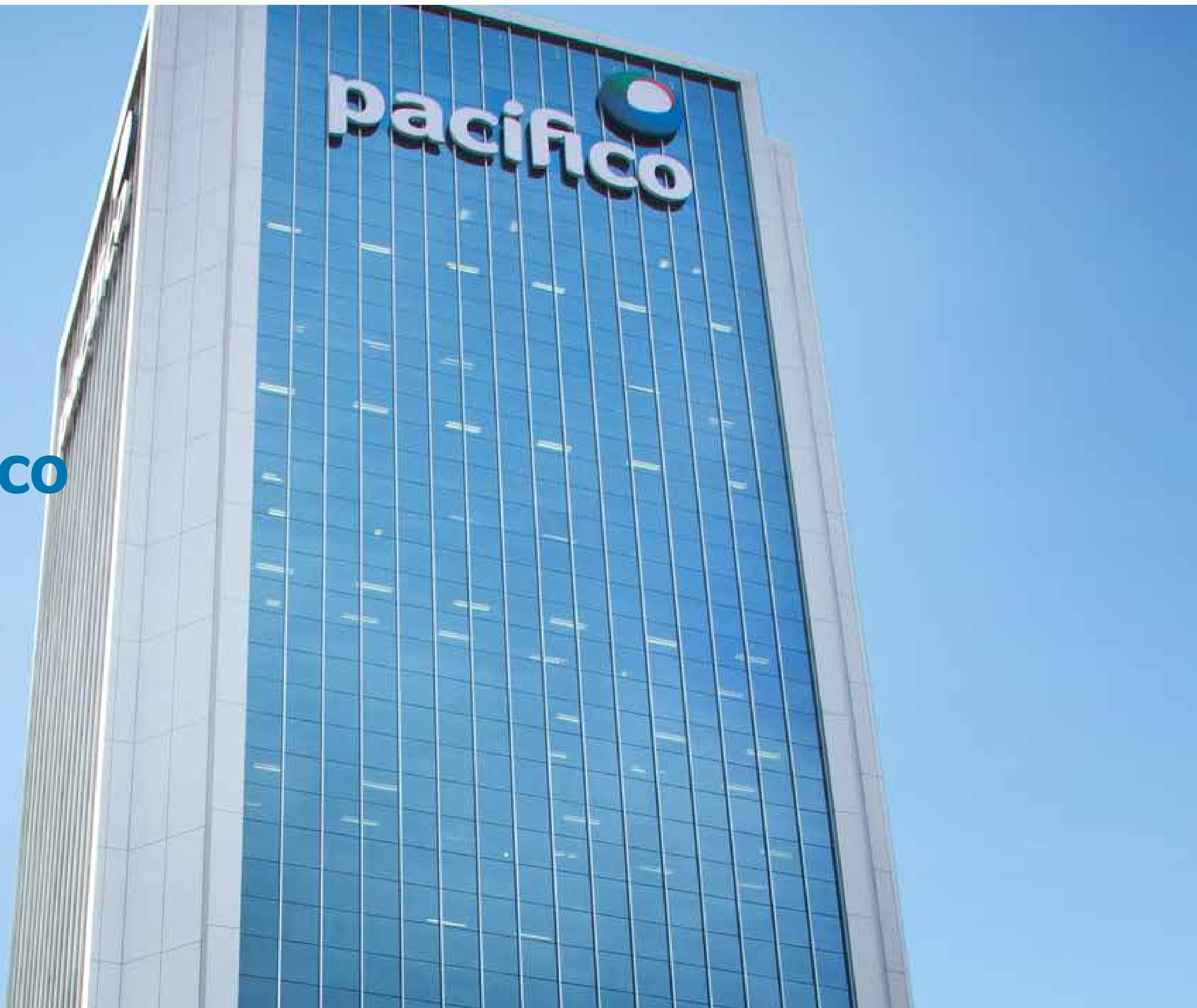
Los invitamos a leer nuestro Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente. Y los alentamos a enviar comentarios, sugerencias y opiniones, que nos permitan seguir mejorando y

cumpliendo nuestra misión de hacer del Perú un país seguro y protegido.

Álvaro Correa Malachowski
Gerente General



5. Sobre Pacífico Seguros



5.1. Pacífico en resumen

(G4-6)

Somos una empresa que opera en el mercado asegurador peruano. Nuestro objetivo principal es ayudar a nuestros clientes a gestionar sus riesgos, proteger aquello que más valoran y, así, garantizar el logro de sus metas. En los negocios de Seguros Generales y Seguros de Vida formamos parte de Credicorp, el holding financiero más grande del Perú. En planes de salud (EPS), seguros de asistencia médica y prestaciones contamos con el respaldo de Credicorp y Banmédica.



Nuestra visión

Ser una de las cinco mejores aseguradoras de Latinoamérica: simple, transparente, accesible, rentable y con colaboradores altamente competentes y motivados.

Nuestra misión

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



Nuestros principios

(G4-56)

Nuestras acciones diarias y las relaciones que establecemos con nuestros grupos de interés están guiadas por cinco principios.



Construimos relaciones de largo plazo

Creemos en las relaciones extensas y nos enfocamos en desarrollarlas con nuestros asegurados, corredores y canales de distribución.

Somos especialistas en la gestión de riesgos

Trabajamos junto a nuestros clientes para entender sus necesidades y ofrecerles soluciones que les permitan manejar sus riesgos en forma eficiente.

Cumplimos con nuestras obligaciones de forma justa y oportuna

Resolvemos los siniestros con un alto criterio de justicia y los pagamos de forma justa.

Buscamos la excelencia en el servicio al cliente

Asesoramos a nuestros clientes en la gestión de sus riesgos y nos esforzamos cada día para darles la calidad de servicio que merecen.

Somos una compañía sólida y confiable

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

Nuestras calificaciones de riesgo al 2016

(G4-56)

Nuestra seriedad, capacidad de pago, confiabilidad hacia nuestros inversionistas y la sólida posición que tenemos en el mercado peruano nos han hecho merecedores de las clasificaciones de riesgo más altas de la industria local y latinoamericana.



A-

AM BEST
COMPANY

para Pacífico Vida y Pacífico Seguros.

Baa3

MOODY'S INVESTORS
CENTER

para Pacífico Seguros.

A y A+

APOYO Y
EQUILIBRIUM

para Pacífico Seguros y Pacífico Vida.

BBB

FITCH
RATINGS

para Pacífico Vida.

Cifras del negocio

(G4-9)

Datos y resultados que resumen el desempeño de la compañía durante el 2016.

3,203

colaboradores

34

aliados comerciales

1,213

corredores de seguros

Valor económico generado*

3,750,205

(miles de millones de soles)

Valor de pólizas*

2,758,095

(miles de millones de soles)

Patrimonio*

2,808,136

(miles de millones de soles)

*Corresponde a las empresas Pacífico PPS y Pacífico Vida.

Principales productos

(G4-4)



Seguros para ti y tu familia

- Salud
- Oncológicos
- Vida + Inversión
- Accidentes personales
- Viajes
- Jubilación



Seguros para tus bienes

- Autos
- SOAT
- Hogar y bienes



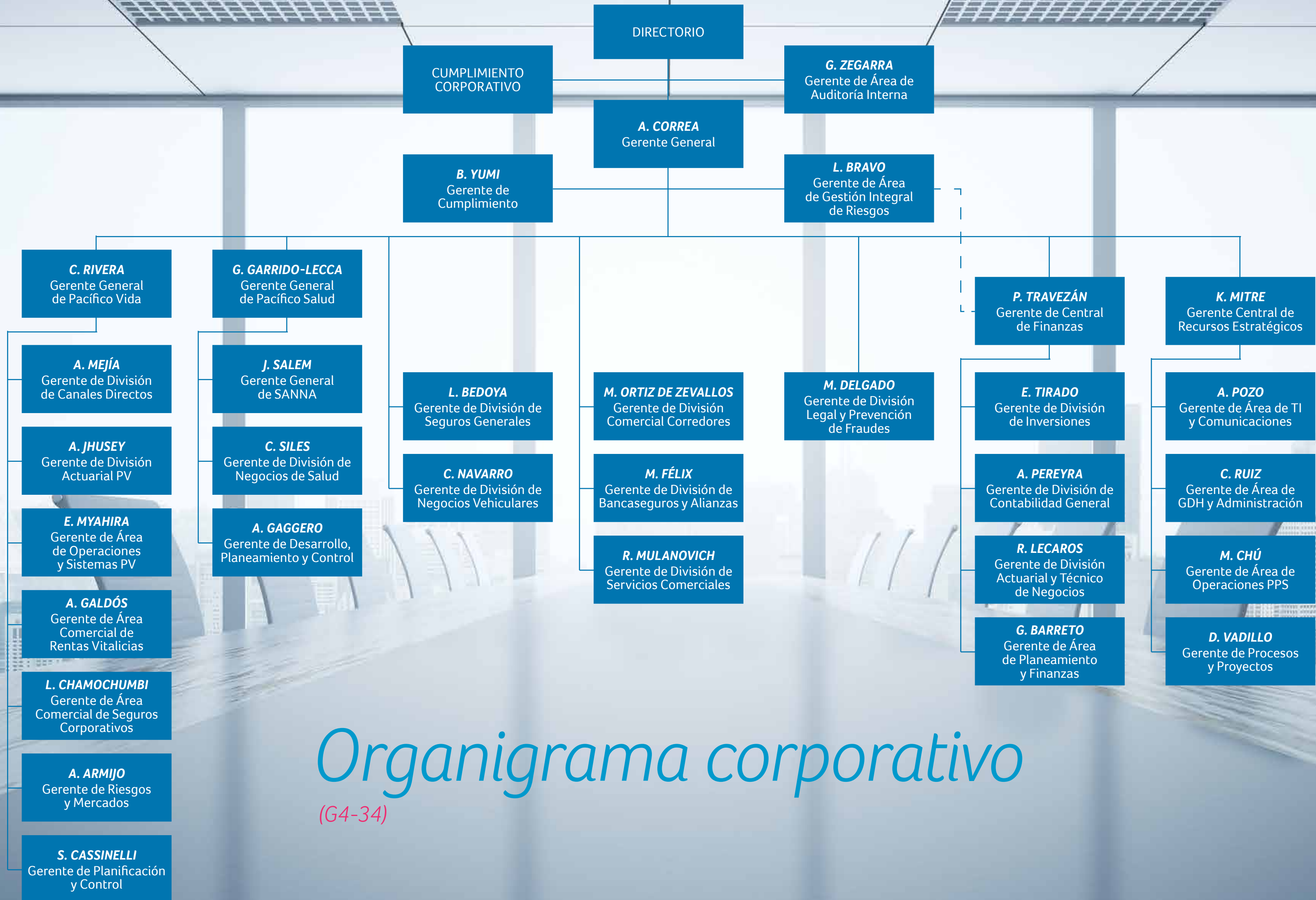
Seguros para tu empresa

- Accidentes Colectivos
- SCTR (trabajo de riesgo)
- Accidentes Estudiantil
- Vida Ley y Vida Empleados
- Patrimoniales
- Pyme



Salud para tus trabajadores

- EPS y complementarios
- EPS individual



Organigrama corporativo

(G4-34)

Membresías y asociaciones

(G4-15, G4-16)

	Pacto Mundial de las Naciones Unidas		Club de la Banca y Comercio
	Cámara de Comercio de Lima		Asociación Peruana de Empresas de Seguros
	Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque		Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud
	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa		Asociación Nacional de Anunciantes
	Cámara de Comercio y Producción de Piura		Patronato de Perú 2021
	Asociación Peruana de Finanzas		Sociedad Nacional de Industrias
	Club Empresarial		Instituto Peruano de Acción Empresarial

Distinciones

DISTINTIVO DE EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Perú 2021

MEJOR EMPRESA DE SEGUROS PERSONALES DE SALUD

XVI Encuesta anual de Ejecutivos de la CCL

MEJOR ENTIDAD PRESTADORA DE SALUD EPS

XVI Encuesta anual de Ejecutivos de la CCL

PLATA EN EL OJO DE IBEROAMÉRICA

Categoría El Ojo Media, subcategoría Plataformas digitales. Campaña #Efecto0.5

PUESTO 12

en el ranking general de empresas con mejor reputación de Merco

PRIMER LUGAR EN LA CATEGORÍA SEGUROS

en el ranking de Merco

PUESTO 7

en el ranking BrandZ Top 20 de las marcas más valiosas del Perú

PRIMER LUGAR, CATEGORÍA SEGUROS

Dónde quiero trabajar 2016 de Arellano Marketing

PRIMER LUGAR, CATEGORÍA SEGUROS

Encuesta Marca Empleadora Apoyo Comunicaciones y Laborum

MEJOR EMPRESA DE SEGUROS DE VIDA DEL PERÚ

World Finance

MEJOR COMPAÑÍA ASEGURADORA DEL PERÚ

Global Banking & Finance Review Magazine

PUESTO 11

en el ranking de empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo de Merco

5.2. Nuestro compromiso ético con el país

(G4-56)

Como grupo empresarial subsidiario de Credicorp, en Pacífico estamos comprometidos con operar de manera ética, transparente y respetuosa de los derechos de todos nuestros grupos de interés.

Para honrar ese compromiso contamos con un modelo corporativo de cumplimiento, basado en estándares internacionales, que nos permite cumplir las exigencias regulatorias y contar con un respaldo legal, ético y de buena reputación.

Ese modelo es administrado por la División de Cumplimiento de Credicorp, que se encarga de evaluar las normas nacionales e internacionales, detectar

aquellas que son complejas y/o de alto impacto e implementarles un programa de cumplimiento. Ese programa implica la aprobación de políticas corporativas, procedimientos y mecanismos de control, capacitaciones dirigidas a todos nuestros colaboradores, así como el envío de comunicados y guías de cumplimiento. De esta manera, fomentamos una cultura organizacional de responsabilidad y cumplimiento que guía nuestro comportamiento y nos identifica como corporación; la denominamos GenÉTICA Credicorp.



El modelo de cumplimiento se centra en tres ejes importantes: empresa, colaborador y cliente. Cada uno de ellos abarca los siguientes aspectos:

(G4-56)



Empresa

- Prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo.
- Prevención del abuso de mercado.
- Anticorrupción.
- Control de listas internacionales.
- Transparencia fiscal.



Colaborador

- Salud y seguridad en el trabajo.



Cliente

- Protección al consumidor.
- Protección de datos personales.
- Implementación de las leyes internacionales Dodd Frank (enfocada la defensa del consumidor de servicios financieros) y de la European Market Infrastructure Regulation – EMIR (enfocada en gestión de riesgos).

Ética en Pacífico

(G4-56)

En Pacífico contamos con un Programa de Ética y Conducta respaldado por el Código de Ética Credicorp y la Política Corporativa de Ética y Conducta. Estos documentos señalan los principios básicos de comportamiento y establecen que no se tolerará ningún tipo de conducta que viole o amenace el código ni otra política o reglamento. También establecen la posición de la corporación sobre el respeto a los derechos humanos y la prohibición de comportamientos que los puedan vulnerar.

El Comité de Ética Credicorp, creado en el 2015, se encarga de impulsar la conducta ética; fortalecer los estándares de comportamiento; revisar, actualizar y alinear las políticas y procedimientos corporativos;

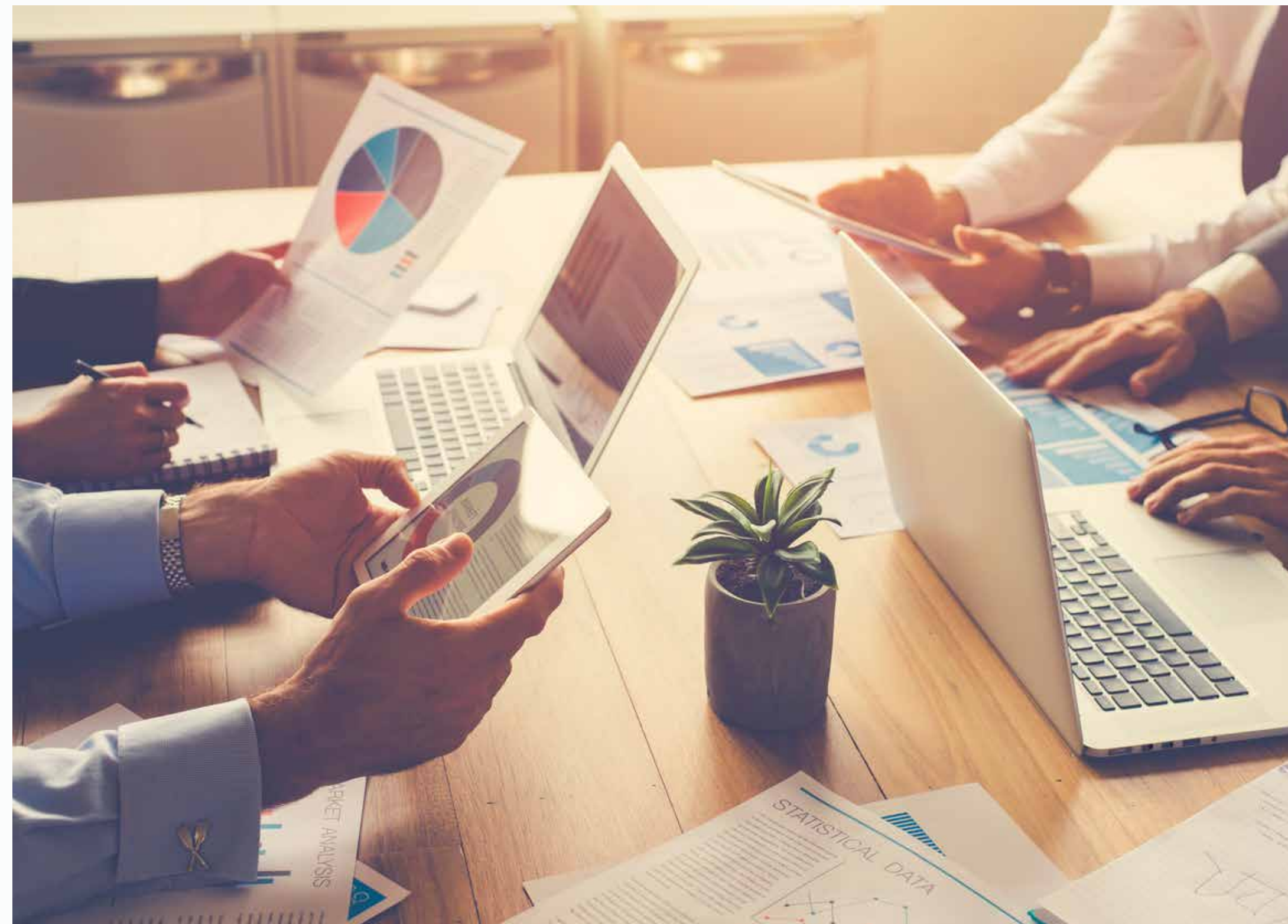
analizar los casos de violaciones a los estándares de comportamiento, así como los casos reportados en el Buzón de Denuncias Credicorp y establecer las medidas correctivas y disciplinarias para resolverlos. Está conformado por ocho directivos de la alta dirección de Credicorp y sus empresas subsidiarias. El gerente general de Pacífico Seguros Generales es miembro de dicho Comité.

Durante el 2016, fortalecimos el Programa de Ética y Conducta a través de la revisión y modificación del Código de Ética y la revisión y modificación de la Política Corporativa de Ética y Conducta.

Programa de prevención y detección del abuso de mercado

(G4-56)

A través del Programa de Prevención y Detección del Abuso de Mercado se busca establecer un estándar ético en las operaciones de inversión de las Empresas Credicorp, en las de sus clientes (banca de inversión) y, en general, en



(G4-56)

el comportamiento de los directores, gerentes y colaboradores con potencial acceso a información privilegiada dentro de los mercados de capitales.

Este programa, mediante la Política Corporativa de Conducta Específica sobre Inversiones y Finanzas, brinda lineamientos para prevenir el uso indebido de información privilegiada y la manipulación del mercado. Asimismo, sirve para la gestión de conflicto de intereses y para cumplir con nuevas regulaciones y/o cambios en las vigentes.

Durante el 2016, en Pacífico mantuvimos claramente identificados a los colaboradores que se encuentran dentro del alcance de la norma. A ellos les brindamos capacitaciones presenciales, virtuales y guías de ayuda y les enviamos comunicados;

todas esas iniciativas estuvieron asociadas con los lineamientos que deben cumplir respecto a sus inversiones personales y a la adecuada gestión de conflicto de intereses. Para identificar posibles casos de abuso de mercado y/o incumplimientos a la política, se monitoreó las inversiones del portafolio de posición propia de la empresa. Por último, con el propósito de implementar nuevas regulaciones asociadas al programa y cumplir con la normativa vigente, se tomaron acciones para ejecutar las disposiciones establecidas en cinco resoluciones y reglamentos de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) y de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV).

“El Programa de Prevención y Detección del Abuso de Mercado brinda lineamientos para prevenir el uso indebido de información privilegiada y la manipulación del mercado”.

Programa anticorrupción

(DMA-Lucha contra la corrupción, G4-SO4)

Nuestro Programa Anticorrupción está respaldado por la Política Corporativa de Prevención de la Corrupción y el Soborno Credicorp, alineada a los requerimientos de la regulación extranjera: FCPA (EE.UU.) y UKBA (Reino Unido). El objetivo principal de esta política es mitigar la potencial ocurrencia de eventos en los cuales tanto la entidad como los colaboradores y gerentes estén expuestos a la comisión de actos de corrupción, reales o aparentes.

Durante el 2016 continuamos trabajando para desarrollar una estructura que asegure un ambiente de control, en el que la integridad, honestidad y transparencia prevalezcan en las acciones de los colaboradores. Asimismo, seguimos

transmitiéndoles la idea de que su deber es conducirse dentro de las restricciones establecidas por la regulación local y extranjera. Este año también revisamos, modificamos y actualizamos la Política Corporativa de Prevención de la Corrupción y Soborno y enviamos comunicaciones haciendo énfasis en nuestra posición sobre la recepción y el registro de regalos que reciben los colaboradores por parte de nuestros proveedores, corredores y otros grupos de interés.

En el 2016 continuamos con las capacitaciones virtuales y el envío de comunicados de sensibilización y refuerzo sobre las diversas políticas corporativas que administra la División de Cumplimiento.



Capacitación a todo el personal activo

(G4-S04)

TEMA	MODALIDAD	PARTICIPANTES	HORAS
Sistema de prevención de lavado de activos y terrorismo (SPLAFT I)	Virtual	2,569	102,760
Salud y seguridad en el trabajo (SST I)	Virtual	2,460	98,400
Genética Anticorrupción	Virtual	730	29,200
Transparencia de la información I	Virtual	2,473	98,920
Salud y seguridad en el trabajo (SST II)	Virtual	2,495	99,800
Riesgo Operacional y Continuidad de Negocio	Virtual	2,313	92,520
Sistema de prevención de lavado de activos y terrorismo (SPLAFT II)	Virtual	1,635	65,400
Salud y seguridad en el trabajo (SST III)	Virtual	2,311	92,440
Salud y seguridad en el trabajo (SST IV)	Virtual	2,311	92,440
Prevención de Fraudes	Virtual	2,386	95,440
Transparencia de la información II	Virtual	1,411	56,440
Abuso de Mercado	Virtual	1,158	46,320
FATCA (Foreign Account Tax Compliance)	Virtual	82	3,280



Capacitación a nuevo personal (inducciones)

(G4-S04)

TEMA	MODALIDAD	PARTICIPANTES	HORAS
Salud y seguridad en el trabajo	Virtual	1,368	2,736
Prevención del lavado de activos y terrorismo	Virtual	1,368	2,736
Transparencia de la información	Virtual	1,368	2,736
Cumplimiento normativo	Virtual	1,368	2,736

Comunicaciones de sensibilización y refuerzo

(G4-S04)

TEMA	CANAL	N° COMUNICADOS
Prevención del abuso de mercado	Comunicados, guías, manuales, boletines de noticias	17
Ética y conducta	Campañas, afiches, videos, comunicados, intranet	23
Protección de datos personales	Comunicados, guías	3
Anticorrupción	Comunicados, guías, video	5
Transparencia	Comunicados, guías, trípticos informativos	4
Prevención del lavado de activos y terrorismo (PLAFT)	Comunicado, boletines de noticias	12
Salud y seguridad en el trabajo	Comunicados, guías, manuales, intranet, afiches	6
Cumplimiento normativo	Comunicados, guías	2

5.3. Desempeño económico

(DMA-Desempeño económico)

En Pacífico consideramos nuestro desempeño económico como una forma de generar valor para nuestros grupos de interés: colaboradores, proveedores, Estado y accionistas. Así contribuimos a la dinamización de la economía del país. Para lograr ese objetivo contamos con un riguroso sistema de gestión creado por Credicorp, el cual cumple con los más exigentes estándares de ética, mecanismos de control y prevención de la corrupción. Esto nos ha permitido obtener calificaciones de riesgos que evidencian nuestra estabilidad económica y capacidad para cumplir con nuestras obligaciones y trabajar por un país seguro y resiliente.



(DMA-Desempeño económico)

Contamos con una gerencia Central de Finanzas, que se subdivide en cuatro gerencias: División de Inversiones, División de Contabilidad General, División Actuarial y Técnico de Negocios, y Área de Planeamiento y Finanzas. Ellas trabajan conjuntamente para mantener los estados financieros actualizados de modo que podamos analizar la información financiera y tomar las decisiones más pertinentes. Esta información es compartida con las gerencias todos los meses y se generan reuniones para analizar los resultados obtenidos.

El equipo de la Gerencia de Finanzas también analiza de cerca la participación de mercado de nuestros diferentes negocios, el comportamiento de ventas y de siniestros, y los riesgos financieros, entre otros factores estratégicos para el negocio de las tres empresas que conforman el grupo.

En el 2016, nuestro desempeño económico fue favorable. Los resultados de Pacífico superaron nuestras expectativas, producto del esfuerzo puesto en las líneas del negocio y la consolidación del programa de transformación que venimos emprendiendo en los últimos años.

Prima Directa

	2014	2015	2016
PPS	1,301	1,364	1,454
PV	1,097	1,356	1,303
EPS*	758	825	887

* El 50% de la Prima de EPS corresponde a Banmédica.
 Información Contabilidad NIIF (en MM de S/)

Utilidades

	2014	2015	2016
PPS	33	66	71
PV	159	155	194
EPS*	10	46	55

* El 50% de la Prima de EPS corresponde a Banmédica.
 (Montos en MM de S/)

95.5%

de los fondos previsionales se pudieron retirar en el 2016. Pese a ese impacto tuvimos buenos resultados.

(DMA-Desempeño económico)

En seguros generales, hemos logrado resultados sobresalientes, mejorando nuestra participación de mercado en más de un punto porcentual. En Salud, las buenas prácticas y experiencia han permitido mejorar en dos puntos porcentuales los márgenes operativos de nuestro negocio de prestación, respecto al 2015. En seguros de vida, excluyendo las rentas vitalicias, nuestra participación de mercado ha crecido en un punto porcentual. Sobrellevamos el impacto de la disposición que permite el retiro del 95.5% de los fondos previsionales al momento de la jubilación, gracias al buen desempeño de nuestros otros negocios y a nuestro variado portafolio de productos. Sabemos que nos toca una importante labor en el fortalecimiento de la cultura previsional del país y debemos transmitir el mensaje de que las rentas vitalicias siguen siendo una opción muy segura.

Estos resultados refuerzan nuestra convicción de tener un portafolio integral y diversificado de productos. Asimismo, nos alientan a seguir trabajando para lograr un negocio de seguros rentable, cuyos resultados estables en el tiempo nos permitan cumplir nuestra misión de hacer del Perú un país seguro y protegido.

Sabemos que como negocio tenemos la capacidad de impactar positivamente en la economía del país. El valor económico que generamos es distribuido entre nuestros principales grupos de interés, como accionistas, colaboradores, proveedores y Estado. De esta manera, participamos como un actor en la generación de empleo directo e indirecto, contribuimos a la formalización empresarial y colaboramos con la dinamización de la economía nacional.

(DMA-Desempeño económico)

Prima Directa

	2014	2015	2016
<i>Pacífico Seguros Generales</i>	1,301	1,364	1,454
<i>Pacífico Vida</i>	1,097	1,356	1,303
<i>Pacífico Seguros EPS *</i>	758	825	887

Información Contabilidad NIIF (en MM de S/)

**El 50% de la Prima de EPS corresponde a Banmédica.*

Valor económico generado y distribuido 2016*

(G4-17, G4-EC1)

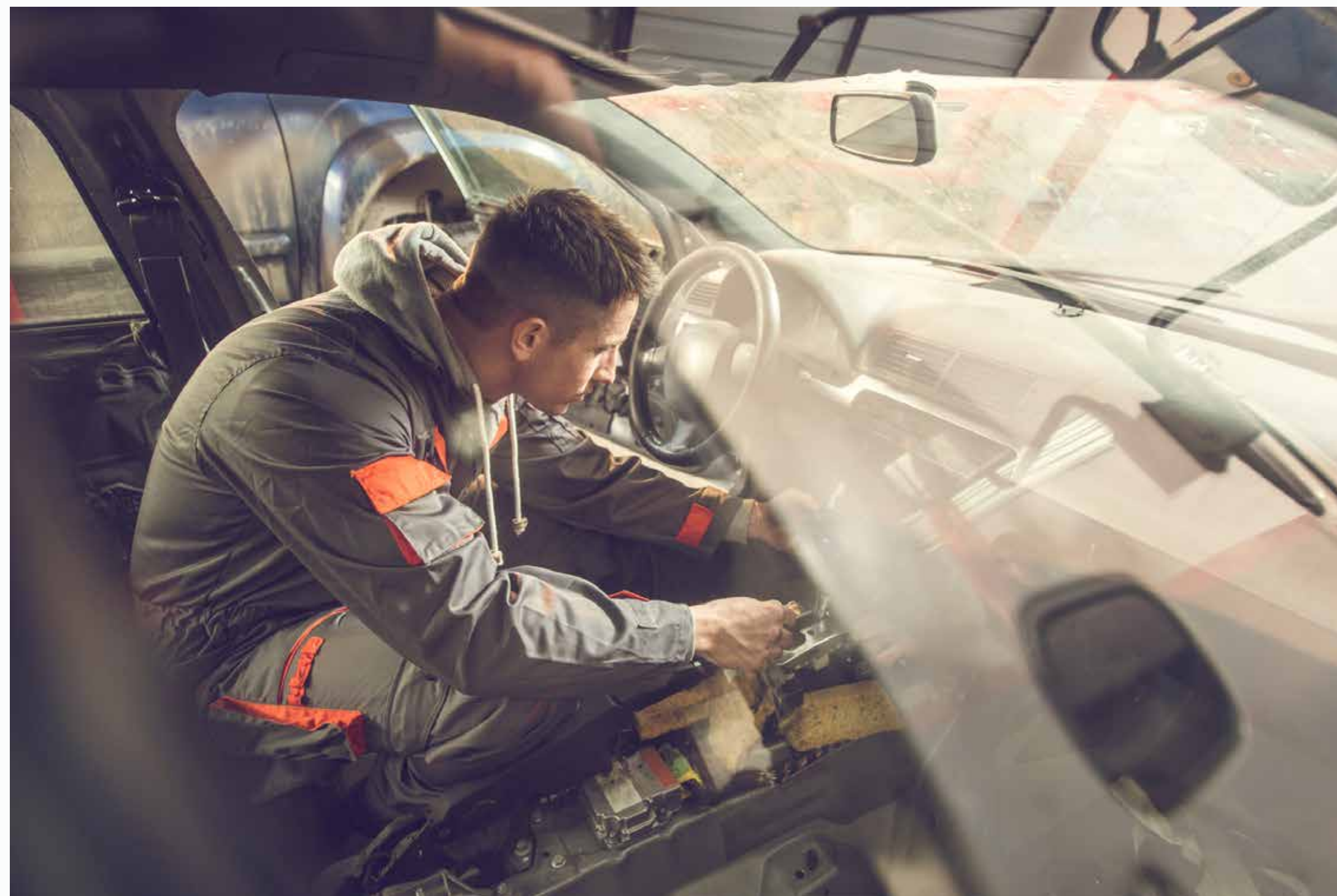
ÍTEM	PACÍFICO SEGUROS	PACÍFICO VIDA
Valor económico generado	1,940,672	1,809,533
Total de ingresos brutos	1,455,369	1,302,726
Total de otros ingresos	485,304	506,807
Valor económico distribuido	301,618	377,463
Pagos totales a proveedores	23,429	15,679
Pagos totales por alquileres de locales y propiedades inmuebles	1,881	8,130
Pagos totales por licencias de funcionamiento	-	3
Pagos totales por cursos de capacitación a trabajadores	1,065	611
Pagos totales de obligaciones laborales	115,394	51,988
Pagos totales por otros beneficios a empleados	8,193	2,404
Total de pagos de dividendos a accionistas	100,671	56,241
Total de pago a entidades bancarias	1,404	234,903
Total de pago de impuestos	48,597	220
Total de pago de multas	985	7,284
Valor económico retenido	1,639,054	1,432,070

*Montos en MM de S/.

5.4. Nuestra cadena de suministro

(G4-12, DMA-Evaluación de la repercusión social de los proveedores, G4-S09, DMA-Medidas de seguridad, G4-HR7)

Para gestionar la cadena de suministro contamos con el área de Logística de Compras de Bienes y Servicios, que se encarga de manejar las compras comerciales, administrar los almacenes de materiales y suplir a nuestras agencias en provincias. Al cierre del 2016 contamos con 128 proveedores activos (59 proveedores de bienes y 69 proveedores de servicios). Nuestros principales proveedores son aquellos que nos abastecen de papel bond; utilizamos ese material para la emisión de pólizas y contratos, además del uso diario en oficina.



74%
 de nuestros
 proveedores
 recurrentes
 han sido
 homologados.

(G4-12, DMA-Evaluación de la repercusión social de los proveedores, G4-SO9, DMA-Medidas de seguridad, G4-HR7)

Las pautas para la contratación de proveedores están expuestas en nuestra Política de Compra de Bienes y Servicios, la cual ha sido modificada en el 2016. Incorporamos un párrafo referente al filtro de proveedores no recurrentes, consiste en una auditoría realizada de manera trimestral o semestral. Esto es un proceso de debida diligencia cuyo fin consiste en identificar posibles casos de deudas e inestabilidad financiera, denuncias y otras condiciones que vayan en contra de nuestras políticas. Asimismo, se hace referencia a la homologación de proveedores contratados, que consiste en una evaluación que abarca aspectos como capacidad operativa, gestión de calidad, seguridad y medio ambiente, situación financiera, obligaciones legales, gestión comercial y responsabilidad social. Durante el 2016, el 74% de nuestros proveedores recurrentes han sido homologados.

Otro hito importante en el 2016 ha sido la estandarización de negociaciones a nivel corporativo. Esto ha permitido uniformizar los contratos con proveedores en todas las empresas de Credicorp y brindar estabilidad contractual y económica a nuestros proveedores a través de la compra de mayores volúmenes de bienes y/o servicios.

Promoción de comportamientos responsables en nuestros proveedores

(G4-12, DMA-Evaluación de la repercusión social de los proveedores, G4-S09, DMA-Medidas de seguridad, G4-HR7)

En Pacífico buscamos compartir y promover nuestros principios de gestión socialmente responsable en toda nuestra cadena de valor. Nos preocupamos por quiénes hacen negocios con nosotros a fin de prevenir riesgos económicos, sociales y ambientales para ambas partes. En ese sentido, nuestros proveedores están alineados al Código de Ética y a los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y

es requisito la firma de una declaración jurada indicando que están al tanto de dichas condiciones y que se comprometen a cumplirlas. Nuestro Código de Ética y los principios del Pacto Mundial hacen mención a temas de explotación infantil, trabajo forzoso, no discriminación y respeto a los derechos humanos, que esperamos nuestros proveedores cumplan.



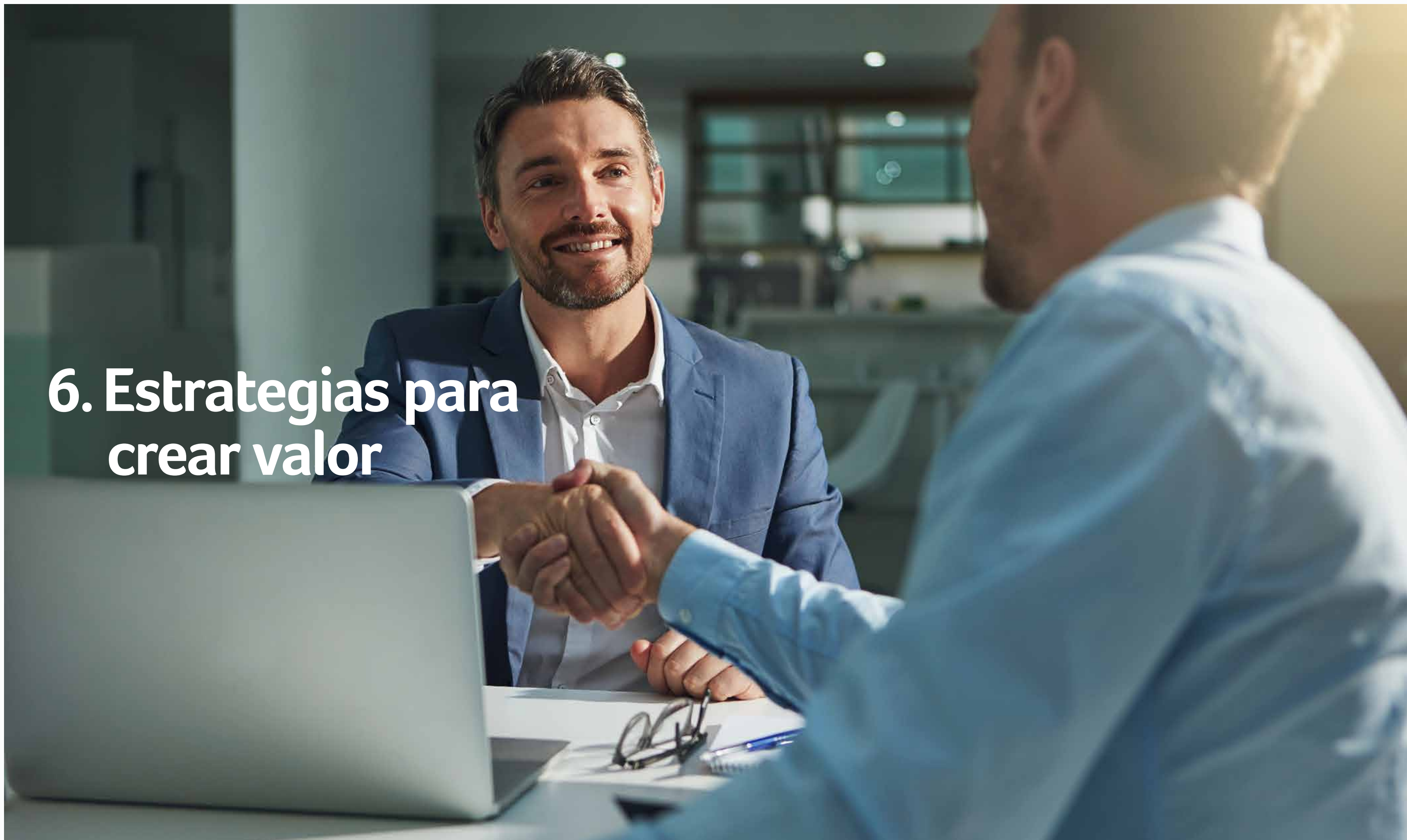
“En los contratos con proveedores, agentes y terceros debe ser incluida una cláusula anticorrupción que prohíba cualquier acto irregular que pueda involucrar a cualquier empresa Credicorp”.

(G4-12, DMA-Evaluación de la repercusión social de los proveedores, G4-SO9, DMA-Medidas de seguridad, G4-HR7)

Además, desde hace dos años les enviamos cartas para que conozcan lo que indica nuestra Política de Prevención de la Corrupción y el Soborno sobre recibir regalos. El objetivo de esta carta es que tengan claro que podemos lograr resultados sin la necesidad de obsequios. En el 2016 modificamos dicha Política para establecer que en los contratos con proveedores, agentes y terceros debe ser incluida una cláusula anticorrupción que prohíba cualquier acto irregular que pueda involucrar a cualquier empresa Credicorp. La política también establece que se deberá contar con las evidencias del proceso de selección del proveedor, así como con aquellas que avalen la necesidad de su contratación.

Todos los agentes de seguridad de nuestras oficinas, provistos por la empresa Proseguridad, son capacitados anualmente en la Constitución Política y Derechos Humanos. De esta manera, están al tanto de las implicancias que tienen las medidas de seguridad en los derechos humanos y saben cómo comportarse a fin de no vulnerarlos.

6. Estrategias para crear valor



6.1. Nos redefinimos para que el Perú sea un país seguro

(G4-13)

El 2016 fue un año importante para Pacífico Seguros. Continuamos impulsando una evolución que consolide la eficiencia y excelencia de nuestros procesos, nos permita responder con mayor precisión a las expectativas de nuestros principales grupos de interés y, así, podamos contribuir con el desarrollo integral de la sociedad. En ese sentido, nos encontramos en una fase de crecimiento y expansión que se sustenta sobre cuatro pilares: 1. Crecimiento rentable; 2. Eficiencia y excelencia de los procesos; 3. Recursos estratégicos; 4. Gestión de riesgos.

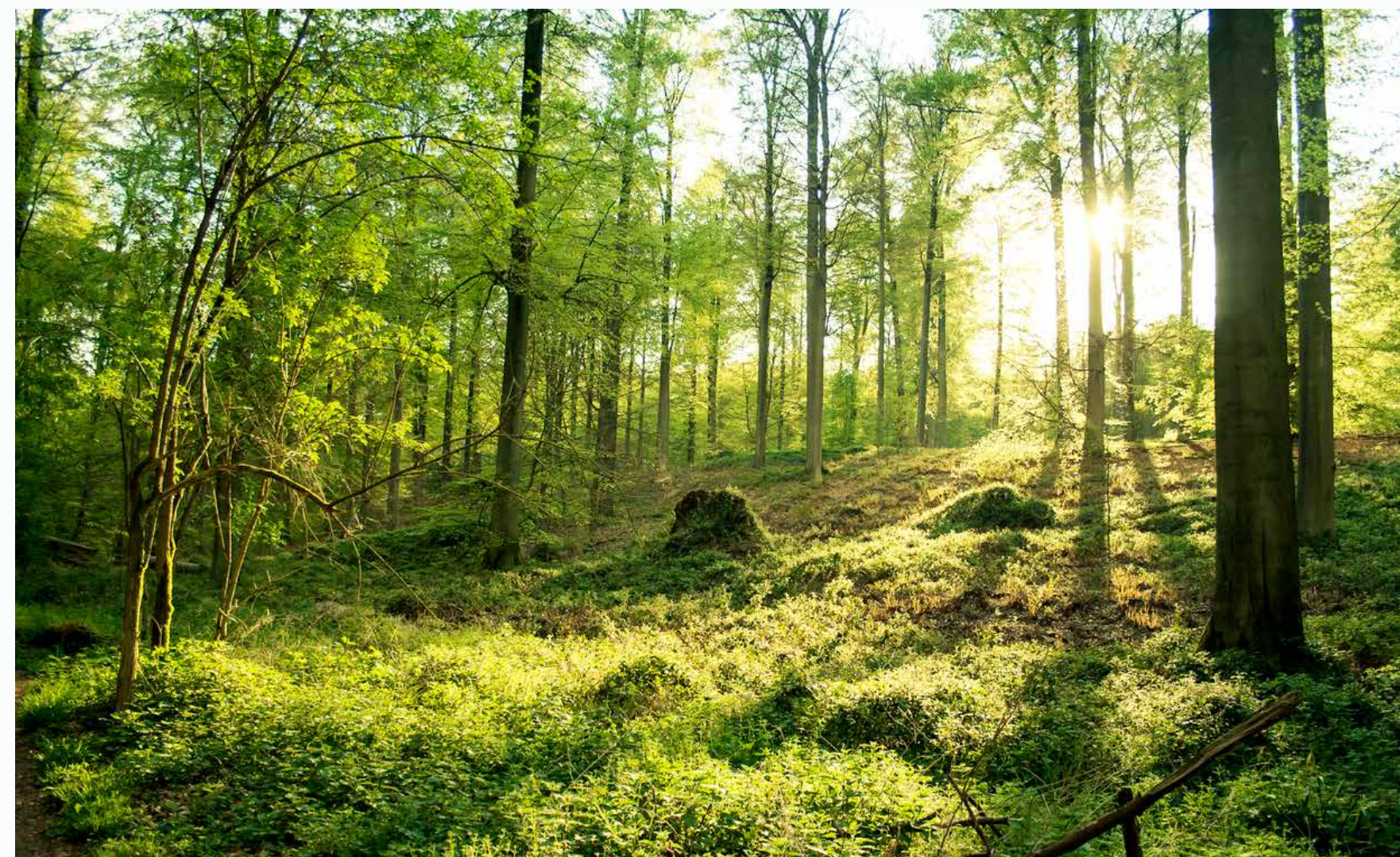
Esquema del Planeamiento Estratégico 2016-2018



6.2. La responsabilidad social como parte del negocio

(G4-14)

En línea con el planeamiento estratégico, en Pacífico impulsamos un trabajo de responsabilidad social empresarial que contribuya con el desarrollo integral de la sociedad y, al mismo tiempo, promueva una gestión eficiente y sostenible de la empresa en todos los niveles. En ese sentido, la responsabilidad social en Pacífico busca:



Promover una cultura preventiva

en nuestros distintos grupos de interés, que contribuya al bienestar integral de la población.

Impulsar iniciativas que constituyan un aporte a la salud inclusiva

y ayuden a disminuir problemáticas actuales, como las relacionadas con la seguridad vial.

Ser aliado en la prevención y gestión de riesgos

para tener un país más seguro y resiliente frente a las adversidades.

Trabajar por un planeta sostenible

mediante la reducción y compensación de los impactos ambientales propios, y fomentar una cultura de respeto y protección del medio ambiente en toda nuestra cadena de valor. Así, sumamos esfuerzos para prevenir los riesgos del cambio climático.

Fomentar la participación de los colaboradores

en la generación de propuestas y ejecución de iniciativas, de manera que reforzamos los valores y sentido de pertenencia en cada uno de ellos.

Bajo estas premisas, la responsabilidad social de Pacífico se desarrolla a través de cuatro ejes estratégicos alineados al core de la empresa:

Salud: promovemos chequeos preventivos a través de campañas dirigidas a distintos grupos de interés y con la colaboración de aliados estratégicos.

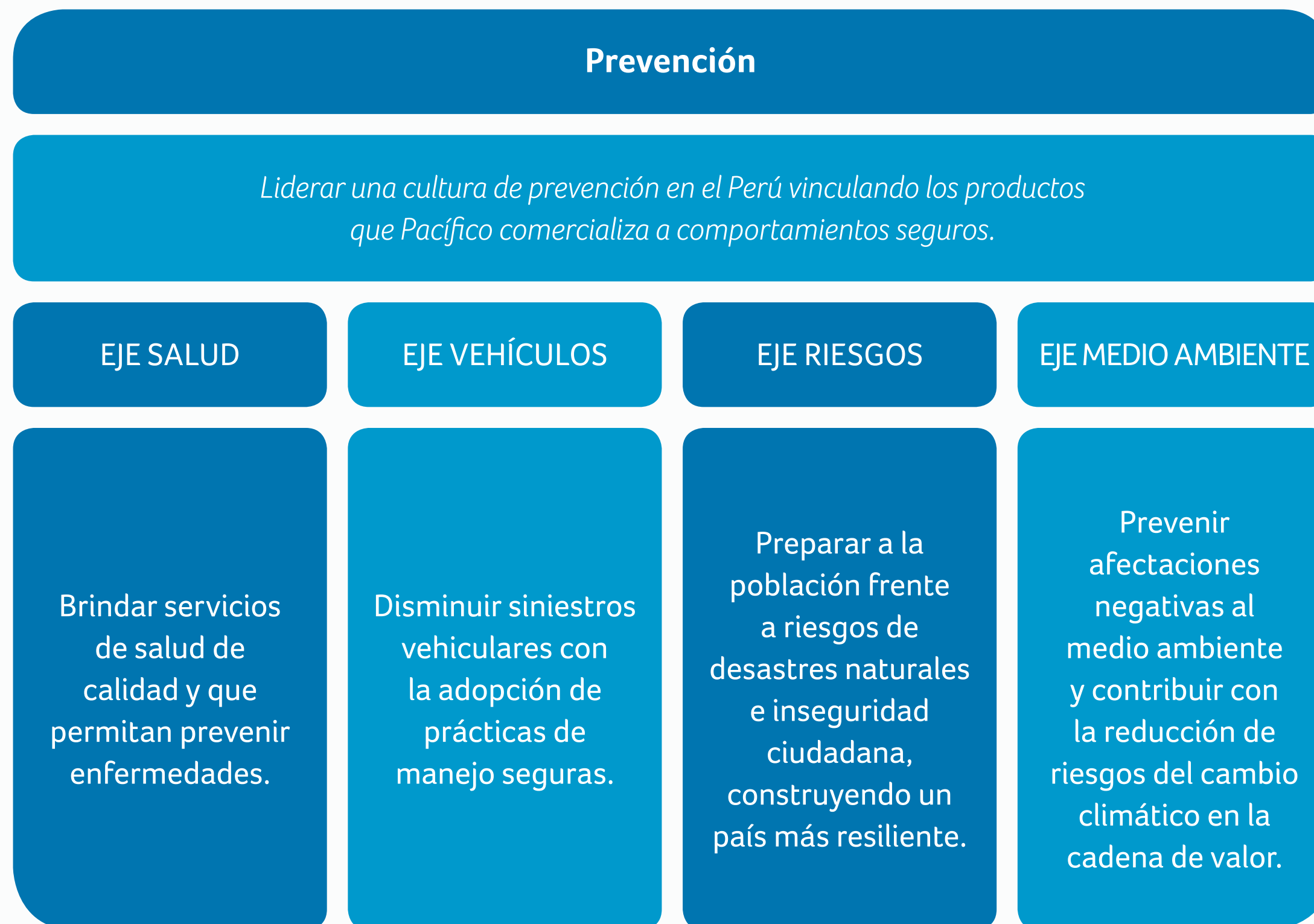
Vehículos: con iniciativas ligadas a la prevención de accidentes y seguridad vial.

Riesgos frente a desastres naturales: vinculado a la prevención y apoyo ante situaciones imprevistas.

Medio Ambiente: tema transversal a todas las empresas, mediante el cual se busca velar por la sensibilización y educación de los grupos de interés para disminuir los impactos que se generan en el entorno. A la fecha, el compromiso adquirido con este eje nos ha permitido ser la primera empresa aseguradora carbono neutral del Perú.

(G4-14)

Esquema de la estrategia de RSE de Pacífico



6.3. Comprometidos con los objetivos de desarrollo sostenible

(G4-14)

Para nosotros resulta importante desarrollar una gestión que, además de generar sostenibilidad, contribuya con el desarrollo de la sociedad en general. Conscientes de la importancia del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones

Unidas, de los que el Perú es firmante con responsabilidades vinculantes, en el 2016 enmarcamos nuestras iniciativas estratégicas de sostenibilidad en los ODS 3, 11 y 12. Es nuestro compromiso continuar trabajando en el alineamiento de nuestra estrategia de RSE con aquellos ODS que más

se relacionen con los impactos del negocio. En tal sentido, en los próximos años profundizaremos en el análisis y gestión de las metas e indicadores de aquellos ODS priorizados y nuestros recursos y acciones de sostenibilidad serán orientados a ese fin.

ODS 3

SALUD Y BIENESTAR

Apoyamos el cuidado de la salud y el acceso a servicios de calidad en los distintos niveles socioeconómicos.

ODS 11

CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Promovimos una cultura de prevención frente a desastres naturales y ofrecemos productos comerciales que contribuyen a construir una ciudad y un país más resiliente.

ODS 12

PRODUCCIÓN Y CONSUMO SOSTENIBLES

Gestionamos políticas y programas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización, junto a prácticas sostenibles que incorporen información sobre la sostenibilidad.

A photograph of a busy city street at sunset. The scene is bathed in a warm, golden-orange light from the setting sun, which is visible as a bright glow in the upper center. The silhouettes of many people walking in various directions are visible against the bright background. The street is lined with buildings and streetlights, creating a sense of a bustling urban environment.

7. Nuestros grupos de interés y aspectos materiales del negocio

7.1. Nuestros grupos de interés

(G4-25)

Nuestros grupos de interés o *stakeholders* están conformados por aquellas personas, colectivos, organizaciones e instituciones que intervienen en algún punto de nuestra cadena de valor. Para considerar a un grupo de interés como nuestro, este debe cumplir con uno o más de los siguientes criterios:

- Ser impactados por nuestras actividades y/u operaciones, ya sea de manera positiva o negativa.
- Afectar o impactar nuestras operaciones, ya sea positiva o negativamente.
- Tener algún tipo de relación con Pacífico Seguros, ya sea legal, comercial, contractual, coyuntural u otra.
- Tener la capacidad de influir en la continuidad del negocio.



(G4-24)

Siguiendo el criterio anterior y basándonos en la naturaleza de nuestro negocio en las tres empresas que conforman Pacífico Grupo Asegurador, hemos identificado a nuestros stakeholders:



(G4-26)



Recogemos las expectativas de cada grupo de interés mediante diversos canales de comunicación bidireccional. Algunos son internos, como nuestra intranet, el buzón de denuncias del Grupo Credicorp, DILO (buzón de sugerencias de Pacífico), los correos electrónicos emitidos por el área de Gestión y Desarrollo Humano (GDH) y el diálogo directo entre áreas. Con personas externas a la compañía mantenemos

comunicaciones a través de nuestra página web, nuestro fan page en Facebook, correos electrónicos institucionales y otros medios tradicionales como cartas y llamadas telefónicas. Además, el directorio y los accionistas revisan periódicamente la gestión de responsabilidad social y determinan los ajustes de enfoque que consideran necesarios.

Para el presente reporte validamos las expectativas recogidas durante los talleres realizados en el 2015, actualizamos las expectativas del stakeholder Comunidad, mediante entrevistas, y la encuesta de clima laboral del 2016 nos permitió actualizar las expectativas del stakeholder Colaboradores. El detalle de las expectativas se encuentra en la siguiente tabla:

Expectativas de los grupos de interés en el año 2016

(G4-27)

GRUPOS DE INTERÉS	EXPECTATIVAS	CATEGORÍAS	ASPECTOS RELACIONADOS
Clientes	Satisfacción con el servicio	Desempeño social: Responsabilidad sobre productos	Etiquetado de los productos y servicios
	Información clara	Desempeño social: Responsabilidad sobre productos	Etiquetado de los productos y servicios
	Seguros inclusivos	Desempeño social: Sociedad	Comunidad Portafolio de productos
	Comunicación de huella de carbono	Medio ambiente	Emisiones
	La experiencia de Pacífico en cuidado de la biodiversidad	Medio ambiente	Biodiversidad
Colaboradores	Voluntariado	Desempeño social: Sociedad	Comunidad
	Campañas ambientales	Medio ambiente	Productos y servicios
Comunidad	Prevención del trabajo infantil	Desempeño social: Derechos humanos	Trabajo infantil
	Prevención de la discriminación	Desempeño social: Derechos humanos	No discriminación
	Actividades para el beneficio de la comunidad con enfoque en la prevención	Desempeño social: Sociedad	Comunidad
Corredores	Atención y comunicación con los corredores	No GRI	Atención y comunicación con los corredores
	Política con los corredores	No GRI	Política de canales
	Campañas de prevención para la comunidad	Desempeño social: Sociedad	Comunidad

7.2. Aspectos materiales del negocio

(G4-17, G4-18, G4-23)

Definición de aspectos materiales

Para definir los contenidos de este reporte realizamos el análisis de la materialidad: el fin fue identificar y conciliar los temas de mayor impacto en el negocio con los más relevantes para nuestros grupos de

interés. En esa línea este reporte incluye los principales temas que repercuten en la sostenibilidad de Pacífico como compañía y como respuesta a las expectativas de los grupos de interés.

El análisis de la materialidad lo realizamos en cuatro etapas. Las detallamos a continuación:

Etapas para la definición del contenido del reporte

1. Revisión

- Revisamos el Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2015.

2. Identificación

- Revisamos la cadena de valor y procesos del negocio y registramos los impactos de sostenibilidad de Pacífico durante el 2016.
- Tomamos los resultados del diálogo con grupos de interés en el 2016.
- Aplicamos los principios de contexto de sostenibilidad y de participación de grupos de interés.

3. Priorización

- Según la relevancia de los impactos.
- Según la madurez de las expectativas.
- Utilizamos el principio de materialidad de GRI.

4. Validación

- Por parte del Área de Responsabilidad Social.
- Utilizamos el principio de exhaustividad.

(G4-18)

Etapa 1: Revisión

Revisamos los temas incluidos en el Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2015 con la finalidad de identificar oportunidades de mejora en el cumplimiento de los principios para la elaboración de reportes de sostenibilidad establecidos por el Global Reporting Initiative (GRI).



Etapa 2: Identificación

Trabajamos con el Área de Responsabilidad Social en la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales provocados por procesos de nuestra empresa y realizamos entrevistas a gerentes de diversas áreas de nuestra organización. También revisamos otros documentos correspondientes al 2016 como procedimientos, políticas y notas periodísticas relacionadas con Pacífico. Además, con el fin de identificar los asuntos de sostenibilidad preponderantes en el sector seguros, consideramos los temas relevantes contenidos en The Sustainability Yearbook 2016, publicado por RobecoSAM¹.

¹ Robecosam es una organización especialista en inversión sostenible a nivel mundial, junto a S&P Dow Jones Indices publica los reconocidos Dow Jones Sustainability Indices (DJSI).

(G4-18)

Etapa 3: Priorización

La metodología utilizada para priorizar los temas más relevantes de los grupos de interés fue el análisis de madurez recomendado por AccountAbility². En el caso de los impactos de sostenibilidad, se identificaron los más significativos utilizando una metodología de evaluación de riesgos. Como resultado de esta priorización, se seleccionaron aquellos temas a ser incluidos en el presente reporte.



Etapa 4: Validación

Los aspectos y asuntos materiales fueron revisados por el Área de Responsabilidad Social y la Gerencia de Marketing y Asuntos Corporativos de Pacífico. Luego, fueron validados con las gerencias de la empresa a través de un taller. Después seleccionamos los indicadores y enfoques de gestión a ser incluidos en nuestro Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2016. (G4-18)



²AccountAbility (www.accountability.org) es una organización líder a nivel mundial que ofrece soluciones innovadoras para los desafíos más críticos de la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible.

(G4-19)

Como resultado del proceso de definición del contenido del reporte, identificamos 27 temas o aspectos materiales: 23 aspectos GRI, dos aspectos propios del sector financiero y dos aspectos materiales propios de Pacífico. Los aspectos identificados no han variado respecto al año anterior. Todos están incluidos en este documento y se detallan a continuación:



Lista de aspectos materiales

(G4-19, G4-20, G4-21)

Nº ASPECTOS MATERIALES	CATEGORÍA	COBERTURA ³	GRUPOS DE INTERÉS
1 Desempeño económico	Economía	Interna y externa	Accionistas, colaboradores, Gobierno y sociedad civil
2 Consecuencias económicas indirectas	Medio ambiente	Externa	Clientes, Gobierno y sociedad civil
3 Materiales	Medio ambiente	Externa	Comunidad
4 Energía	Medio ambiente	Externa	Comunidad
5 Biodiversidad	Medio ambiente	Externa	Gobierno y sociedad civil
6 Emisiones	Medio ambiente	Externa	Comunidad
7 Productos y servicios	Medio ambiente	Externa	Clientes
8 General (ambiental)	Medio ambiente	Externa	Gobierno y sociedad civil
9 Empleo	Social: Laboral	Interna	Colaboradores
10 Relaciones entre los trabajadores y la dirección	Social: Laboral	Interna	Colaboradores
11 Salud y seguridad en el trabajo	Social: Laboral	Interna	Colaboradores
12 Capacitación y educación	Social: Laboral	Interna	Colaboradores
13 No discriminación	Social: Derechos humanos	Interna y externa	Clientes y colaboradores
14 Libertad de asociación y negociación colectiva	Social: Derechos humanos	Interna y externa	Colaboradores, Gobierno y sociedad civil

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

(G4-19, G4-20, G4-21)

Nº ASPECTOS MATERIALES	CATEGORÍA	COBERTURA ³	GRUPOS DE INTERÉS
15 Trabajo infantil	Social: Derechos humanos	Externa	Gobierno y sociedad civil
16 Trabajo forzado	Social: Derechos humanos	Interna y externa	Colaboradores, Gobierno y sociedad civil
17 Medidas de seguridad	Social: Derechos humanos	Externa	Clientes, Gobierno y sociedad civil
18 Comunidades locales	Social: Sociedad	Externa	Comunidad
19 Lucha contra la corrupción	Social: Sociedad	Interna y externa	Colaboradores, Gobierno y sociedad civil
20 Prácticas de competencia desleal	Social: Sociedad	Externa	Corredores
21 Evaluación de la repercusión social de los proveedores	Social: Sociedad	Externa	Proveedores, Gobierno y sociedad civil
22 Etiquetado de productos y servicios	Social: Clientes	Externa	Corredores y clientes
23 Privacidad del cliente	Social: Clientes	Externa	Corredores y clientes
24 Portafolio de productos	Social: Clientes	Externa	Clientes, Gobierno y sociedad civil
25 Participación activa	Social: Clientes	Externa	Corredores
26 Atención y comunicación con corredores	Asunto no GRI	Externa	Corredores
27 Política de canales	Asunto no GRI	Externa	Corredores

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

8. Clientes



8.1. Canales de venta y atención

(G4-8, DMA-Comunidades locales, FS13)

Los principales canales de distribución para nuestras soluciones de seguros son los siguientes:

- Fuerza de ventas (directa)
- Corredores
- Bancaseguros
- Alianzas
- Sponsors
- Worksite

Para la atención a nuestros clientes contamos con oficinas en Lima y en el interior del país.



(G4-8, DMA-Comunidades locales, FS13)

Además, en Pacífico establecemos alianzas comerciales para la distribución de seguros y buscamos canales alternativos con los que sectores de bajos recursos estén familiarizados. Un ejemplo de esta orientación son los Maseguros, productos ofrecidos en alianza con Edelnor, que brindan coberturas para riesgos como muerte accidental, muerte natural y sepelio. Asimismo, a través de Mibanco ofrecemos opciones de microseguros personales para los clientes de esa entidad. Dichos productos incluyen coberturas de vida, invalidez, accidentes y robos, tanto para los titulares como para sus familiares. Al cierre del 2016 mantenemos 34 alianzas comerciales con diversas entidades financieras, entidades prestadoras de servicios de energía eléctrica y telefonía, clínicas y concesionarios automovilísticos. 14 de estas alianzas tienen cobertura en provincias.

A lo largo del 2016 hemos podido captar grandes cuentas y llegar a más clientes en Lima y provincias. En ese sentido, buscamos homologar el modelo de trabajo de Lima y logramos mejorar los tiempos para la emisión de pólizas: antes tomaba días y ahora se realiza en cuestión de horas. Además, mejoramos nuestro sistema operativo para tener una trazabilidad de todas las pólizas. Así, contamos con una plataforma donde nuestros colaboradores pueden hacer consultas y efectuar seguimientos al estado de cada póliza. Por otro lado, este año implementamos una serie de indicadores que nos permiten conocer mensualmente cómo se encuentra cada agencia, de manera que podemos saber cómo va nuestra gestión de ventas, financiera y comercial.

“En Pacífico establecemos alianzas comerciales para la distribución de seguros y buscamos canales alternativos con los que sectores de bajos recursos estén familiarizados”.

8.2. Privacidad de los clientes

(DMA-Privacidad de los clientes, G4-PR8)

En el 2015 iniciamos el Programa de Implementación de la Ley de Protección de Datos Personales (PDP), para garantizar la privacidad de la información de nuestros clientes. En ese sentido se instauró la Política Corporativa de Protección de Datos Personales y una Guía de Protección de Datos Personales, y enviamos tres comunicados a nuestros colaboradores a fin de sensibilizarlos y recordarles las disposiciones de la compañía sobre dicha materia. El Programa de Implementación de la Ley de Protección de Datos Personales concluyó en el 2016 e involucró las siguientes acciones:

- Actualización de la Política Corporativa de Protección de Datos Personales.
- Capacitación a gerentes de la fuerza de ventas.
- Envío de comunicados virtuales de refuerzo de la Ley de Protección de Datos Personales.
- Identificación de riesgos de cumplimiento y brechas respecto a la Ley de Protección de Datos Personales.
- Asesoría y soporte a las unidades de negocio para viabilizar iniciativas de productos, servicios, y canales nuevos respetando la Ley de Protección de Datos Personales.
- Evaluación de cumplimiento de riesgos en tratamiento de proveedores con acceso a datos personales.
- Mantenimiento a las iniciativas implementadas durante el 2015.

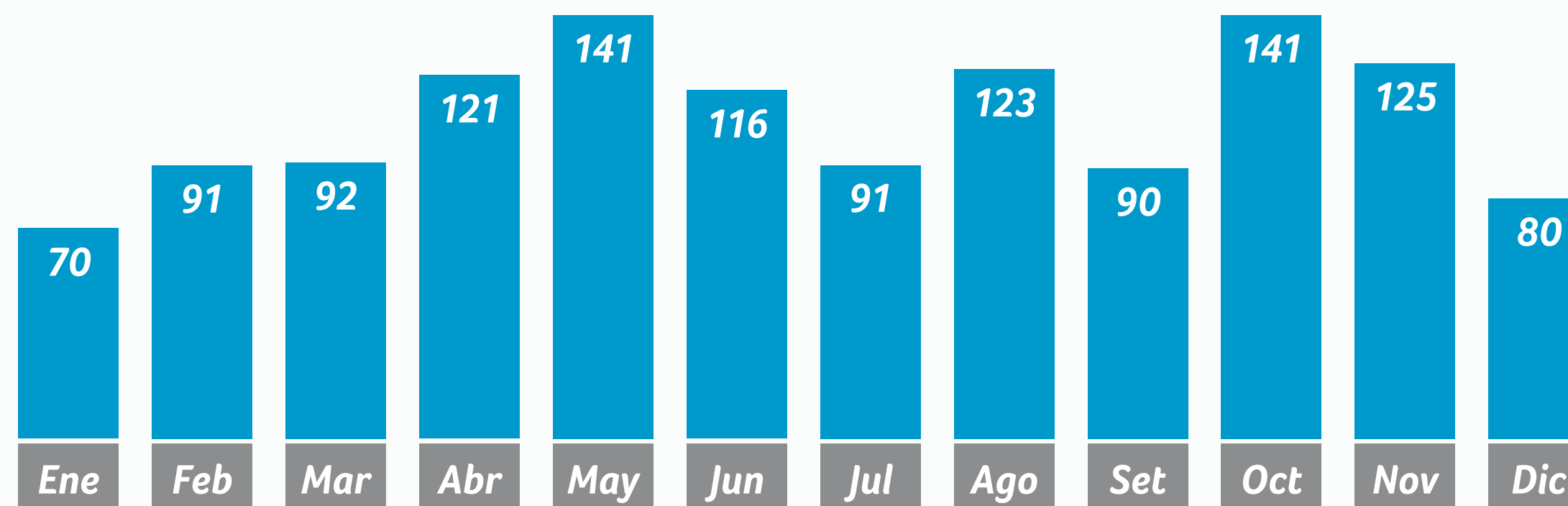
Al cierre del año, no hemos incurrido en multas asociadas al incumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales.

8.3. Prevención de riesgos

(DMA-Participación activa, FS10)

Debido a la naturaleza de determinados negocios, realizamos inspecciones periódicas en las instalaciones de algunos clientes de nuestra cartera de seguros para empresas. Durante esas inspecciones se indica la normatividad que deben aplicar en su riesgo. Del mismo modo, se les informa sobre la reglamentación local a la cual deben alinearse para una correcta gestión de riesgos, además de sugerirles servicios para que cuenten con un estudio real y específico sobre los puntos a mejorar. El propósito de dichas acciones es identificar riesgos y sugerir medidas que prevengan la ocurrencia de incidentes. Esta práctica tiene un resultado mutuamente beneficioso, ya que los clientes cuentan con la posibilidad de prevenir pérdidas humanas y materiales, mientras que logramos mejorar el perfil de riesgo de nuestra cartera.

Inspecciones preventivas realizadas en el 2016



Las sugerencias que se derivan de estas inspecciones tienen en cuenta los mejores estándares internacionales, como los de la NFPA⁴ para la prevención de incendios. Además, en algunos casos, se consideran sugerencias para la prevención de riesgos naturales como el fenómeno El Niño. Por ello, durante el 2016 adaptamos nuestra página web con una sección sobre cómo actuar ante ese fenómeno, en caso de ser

industria, casa o pyme. Asimismo, a través del correo electrónico de Comunicaciones Pacífico, hacemos llegar a todos los clientes de nuestra cartera de Seguros para Personas sugerencias sobre la prevención de riesgos relacionados con la salud, el cuidado patrimonial o los viajes. A lo largo del 2016 realizamos 1,281 inspecciones a clientes de diversos rubros, un promedio de 106 inspecciones mensuales.

⁴Asociación Nacional de Protección contra el Fuego por sus siglas en inglés.

8.4. Gestión de reclamos

(DMA-Etiquetado de los productos y servicios, G4-PR4)

En cuanto a los reclamos de los clientes, la atención está regulada por dos entidades: la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y la Superintendencia Nacional de Salud (Susalud). La primera regula la atención de los reclamos de los productos de Seguros Generales y la segunda los de EPS. Entre los parámetros más importantes de regulación están los plazos de atención que estipulan un máximo de 30 días calendario para los casos de Seguros Generales y entre 5 y 30 días útiles para los casos de EPS, dependiendo de la clasificación del reclamo. En el 2016 logramos reducir los plazos de respuesta de reclamos a 4.2 días útiles.

Ambos reguladores solicitan reportes de atención de reclamos y de reclamos pendientes. Además, exigen reportes trimestrales (SBS) y mensuales (Susalud). Aparte de estos reportes para los reguladores,

cuya naturaleza es netamente informativa, elaboramos informes gerenciales trimestrales de reclamos y requerimientos para nuestro gerente general, en los cuales analizamos las causas que originan los reclamos para implementar medidas correctivas que eviten reincidencias.

En el 2015 implementamos el envío de respuestas a reclamos vía correo electrónico. En el 2016 logramos que más clientes se afilien a dicha opción y pasamos del 10% de clientes afiliados al 41%. Así, optimizamos los tiempos de respuesta y aseguramos la efectividad de la entrega.

Durante el 2016, derivaron en reclamos aproximadamente 0.15% de todas las atenciones realizadas en Seguros Generales y EPS. El año anterior los reclamos llegaron a 0.23%. Esa disminución refleja la mejora de nuestros procedimientos.



(G4-PR4)

Atención de reclamos de seguros generales y EPS en el 2016

	ATENCIONES	RECIBIDOS	RESUELTOS	RATIO
Seguros Generales	12,874,868	53,808	53,707	0.42%
EPS	25,099,612	1,914	1,868	0.01%
TOTAL	37,974,480	55,676	55,621	0.15%

Esto significó la gestión de 55,676 reclamos en el año, de los cuales el 97% correspondieron a Seguros Generales y el 3% a EPS. Asimismo, 82% de los reclamos se declararon fundados y 18%, infundados.

Resumen de reclamos resueltos de seguros generales y EPS en el 2016

	RESUELTOS	FUNDADOS	INFUNDADOS
Seguros Generales	53,707	44,823	8,884
EPS	1,914	626	1,288
TOTAL	55,621	45,449	10,172
PORCENTAJE	100%	82%	18%

Durante el 2016, El Pacífico Peruano Suiza Cía. de Seguros y Reaseguros S.A., y El Pacífico Vida Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. fueron multadas por Indecopi por 131.51 UIT, mientras que Pacífico S.A. Entidad Prestadora de Salud no fue multada por ese organismo. La SBS no multó a ninguna de las empresas.

8.5. Satisfacción de los clientes

(DMA-Etiquetado de los productos y servicios, G4-PR5)

Sabemos que los clientes llegan a nuestra compañía por una necesidad. Para darles la solución que requieren, desarrollamos la capacidad de ponernos en su lugar y comprender su situación. Nos preocupamos por cada uno de ellos y trabajamos para atenderlos y protegerlos frente a los riesgos a los que están expuestos. Esa es nuestra razón de ser.

Identificamos los riesgos y necesidades de cada cliente con el propósito de obtener una visión integral que nos permita brindarle una oferta de valor que incluya una completa gama de seguros y una experiencia de usuario positiva. Respondemos a sus necesidades de manera fácil, sencilla y amigable, porque entendemos que la satisfacción no se trata solo de un producto o un canal, sino de Pacífico como un todo.

En ese sentido, cada mes realizamos encuestas para medir la satisfacción de los clientes y sobre la base de los resultados generamos reportes bimensuales que se envían a todas las gerencias y áreas. Durante el 2016, medimos la satisfacción de los clientes en cada uno de los puntos de contacto a fin de encontrar oportunidades de mejora que nos ayuden a superar la meta anual establecida.

Y, efectivamente, en el 2016 obtuvimos una satisfacción acumulada anual de 74.9% en clientes, resultado que superó en 1.1% nuestra meta. El indicador de satisfacción corporativa fue de 71.7% en el 2016, con lo que superamos en 0.7% nuestra meta del año y en 1.1% el resultado del 2015 (dicho indicador incluye también la satisfacción de corredores, ver sección Corredores de Seguros). Ese

resultado evidencia un esfuerzo conjunto en el proceso de mejora continua.

Nivel de satisfacción con la atención de servicios y siniestros

ÍTEM	SATISFACCIÓN
Servicio: clientes con requerimientos y consultas	83.90%
Siniestros (global)	81.60%
Auxilio mecánico	91.80%
Asesores en accidentes (autos)	81.50%
Médicos a domicilio	81.70%
Ambulancias	85.20%
Televentas	89.80%
Call Center	88.60%

(G4-PR5)

Satisfacción del cliente **74.9%**

<i>Satisfacción de los corredores</i>	59%
<i>Satisfacción con el servicio de consultas y requerimientos</i>	83.9%
<i>Satisfacción con nuestra atención frente a siniestros</i>	81.6%
<i>Satisfacción con nuestro servicio Médicos a Domicilio</i>	81.7%
<i>Satisfacción con nuestro servicio de Auxilio Mecánico</i>	91.8%
<i>Satisfacción con nuestro servicio de ambulancias</i>	85.2%

Proyectos con incidencia en la satisfacción

(DMA-Etiquetado de los productos y servicios, G4-PR5)

En Pacífico promovemos iniciativas que nos permitan conocer mejor a nuestros clientes. Por eso, durante el 2016 planteamos alternativas de atención y servicio más eficientes. Entre las propuestas más resaltantes figura el proceso de segmentación de nuestros asegurados, el cual busca estudiar las necesidades y experiencias de nuestros clientes para crear una oferta de valor integral, que incluya productos, canales de atención y canales de distribución adecuados para cada segmento.

Asimismo, en noviembre del 2016 iniciamos la implementación del First Call Resolution, propuesta que empodera a nuestros colaboradores a cargo de la atención directa al cliente para resolver solicitudes de baja complejidad. Así, ofrecemos soluciones directas y más



rápidas, al mismo tiempo que incentivamos el desarrollo de nuestro personal.

A nivel de innovación es importante resaltar dos iniciativas que responden a la necesidad de los clientes por contar con información más simple y a su alcance, a través de canales y propuestas más actuales.

Una de ellas es el app de Asistencia Vehicular, propuesta que permite atender las asistencias vehiculares de una manera eficaz y en menor tiempo. Así, a través de un sistema de geolocalización, los

asesores pueden ubicar más rápido el lugar de atención y, al mismo tiempo, el cliente puede monitorear los tiempos de llegada de la ayuda.

La otra es Renta Flex, un seguro creado para que las personas que están por jubilarse inviertan su fondo de pensión de la AFP de forma flexible. Este producto permite que el asegurado tenga el control y elija aquella combinación que se adecúe mejor a sus necesidades pudiendo recuperar hasta el 100% de lo invertido.

8.6. Seguros para medianas, pequeñas y microempresas

(DMA-Portafolio de productos, FS6, DMA-Comunidades locales, FS13, G4-8, DMA Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

El creciente dinamismo de las pequeñas y medianas empresas (pymes) peruanas ha generado nuevas necesidades de aseguramiento para sus negocios. Por eso, en el 2015 lanzamos el seguro Multiriesgo Protección para tu Negocio Pyme, que ofrece una amplia gama de coberturas para proteger desde el inmueble, la mercadería y el contenido del negocio, hasta los riesgos propios de la actividad empresarial. Este producto se enfoca en 27 actividades específicas en las que la penetración de



(DMA-Portafolio de productos, FS6, DMA-Comunidades locales, FS13, G4-8, DMA Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

seguros es reducida: restaurantes, hoteles, oficinas, colegios, tiendas de ropa, etc. El seguro protege ante robo y/o asalto, inundación, incendio, terremoto, huelga y motín, entre otros riesgos. Asimismo, ofrece coberturas especializadas dependiendo del giro del negocio.

Una característica destacada de nuestro seguro Multiriesgo Protección para tu Negocio Pyme es que no requiere de inspección previa para su contratación. Basta con cumplir con los requisitos de ser una empresa formal, contar con licencia de funcionamiento y estar inscrita en la Sunat.

Los empresarios de la pequeña y mediana empresa que realizan otras actividades derivadas de la expansión de su negocio pueden acceder a coberturas adicionales como construcción y remodelación de local,

transporte de mercadería (vía terrestre, marítima, fluvial y aérea), protección para maquinaria móvil y para daños a terceras personas (responsabilidad civil). Con ello buscamos lograr un país más resiliente, con una sólida cultura de prevención y capaz de recuperarse rápidamente de sus siniestros sin afectar su patrimonio ni medios de subsistencia.

Nuestro esfuerzo para promover una cultura de prevención en el país ha tenido como resultado la colocación de una mayor cantidad de pólizas de seguros pyme. Al 2016, hemos incrementado la prima directa de este producto un 84% respecto al 2015. Durante el 2017 trabajaremos una propuesta educativa a través del portal PQS, espacio digital desarrollado por la Fundación Romero, para brindar herramientas

“Buscamos lograr un país más resiliente, con una sólida cultura de prevención y capaz de recuperarse rápidamente de sus siniestros”.

(DMA-Portafolio de productos, FS6, DMA-Comunidades locales, FS13, G4-8, DMA Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

y capacitaciones que permitan a los emprendedores potenciar sus negocios y seguir creciendo. Participaremos con contenido vinculado a los distintos rubros de negocio, sus necesidades específicas de aseguramiento y seguiremos apoyando el desarrollo de este segmento.

Evolución anual del valor de pólizas colocadas

REGIÓN	VALOR DE LAS PÓLIZAS (S/)	
	2015	2016
Lima	713,363.37	1,316,864.92
Provincias	142,870.83	259,410.10
TOTAL	856,234.20	1,576,275.02



9. Corredores de seguros



Los corredores de seguros son socios estratégicos para nuestro negocio. Por eso, mantenemos buenas prácticas que involucran a varias áreas de nuestra organización y nos permiten fortalecer la relación comercial con ellos. Al cierre del 2016 trabajamos con 1,213 corredores en todo el Perú, 909 se encuentran en Lima y 304 en provincias. Sus distintas necesidades, que nosotros identificamos y atendemos, están relacionadas con las características específicas de su negocio.

Desglose de corredores de seguros 2016

SEGMENTO	N° DE CORREDORES
Corporativos	10
Consolidados	80
Potencia Lima	819
Provincias	304
TOTAL	1,213

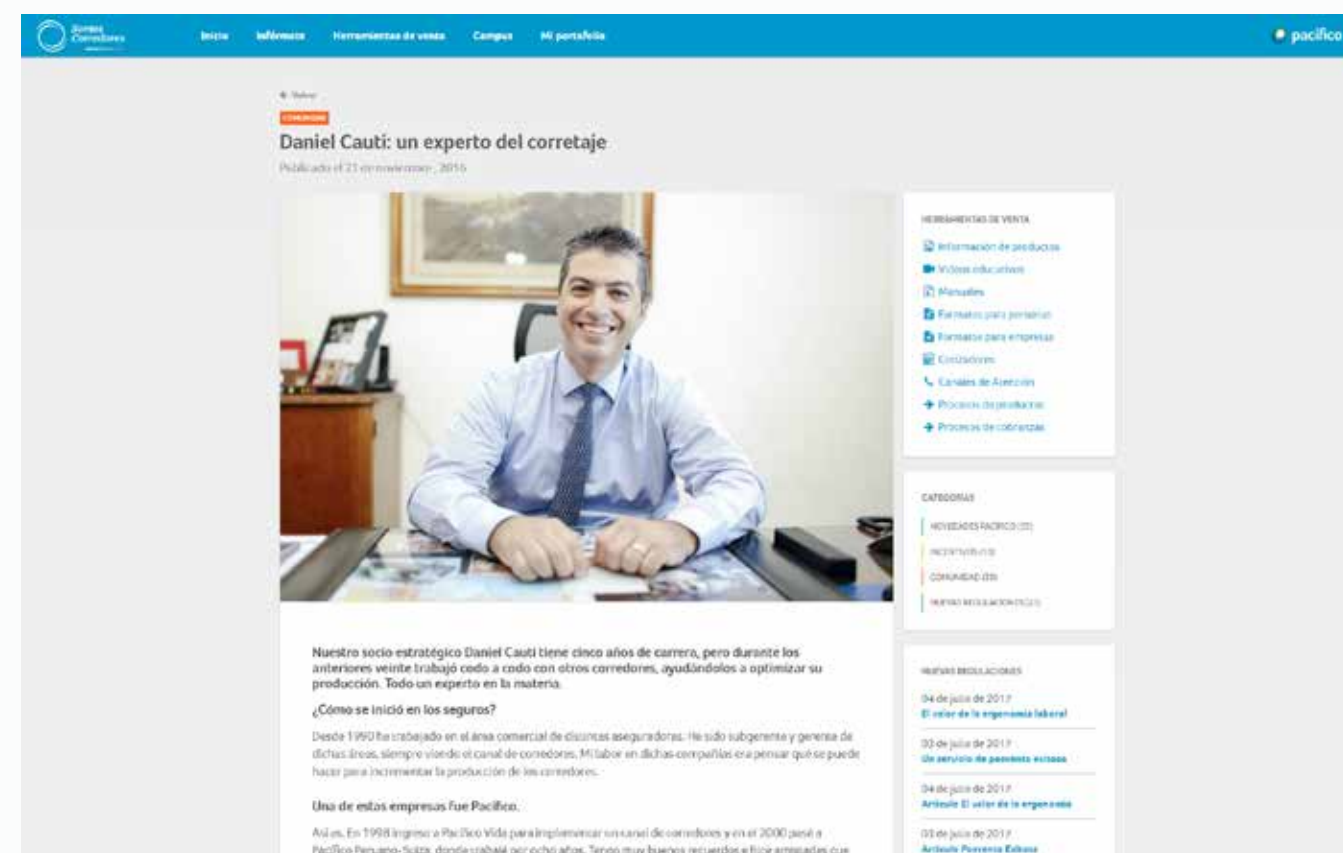


9.1. Comunicación con corredores

(Pacífico 1-Atención y comunicación con corredores)

A través de diversos medios recogimos las opiniones de los corredores para tomarlas en cuenta al momento de crear herramientas que faciliten su comunicación con nosotros. Así nació el buzón centralizado Somos Corredores, que tiene a todos nuestros socios de negocio en su base de datos. Es gestionado por nuestras áreas de Planeamiento Comercial y Marketing y su objetivo consiste en establecer un canal de comunicación centralizado que los mantenga informados sobre temas relacionados con el negocio.

Asimismo, desde el 2015 contamos con la página web Somos Corredores (<http://somoscorredores.pacifico.com.pe>). A través de este medio nos comunicamos con nuestros socios de negocios y



brindamos acceso a formularios, procesos y documentos relevantes para la relación comercial. Además, compartimos entrevistas a corredores y especialistas sobre temas de interés y un archivo de las comunicaciones enviadas al buzón Somos Corredores. En el 2016 creamos un *call center* especializado para resolver en línea las consultas que los corredores nos planteen. Así, redujimos tiempos de espera por respuestas.

Para el 2017 proyectamos implementar un portal transaccional para los corredores, donde puedan administrar su portafolio de negocios con Pacífico, cotizar pólizas y emitir productos en tiempo real. Estas mejoras en sus herramientas de venta y la simplificación de procesos deberán tener un impacto positivo en la satisfacción de los corredores.

1,213
corredores
de seguros
trabajaron con
Pacífico en el
2016.

9.2. Capacitación de corredores

Para mantener actualizados a los corredores que trabajan con nosotros, en el 2016 lanzamos CAMPUS, un programa de capacitación que incluye cursos y talleres, algunos de los cuales se organizaron junto con la Asociación Peruana de Corredores de Seguros (Apecose). El contenido incluyó habilidades duras y blandas. En el programa de actualización que ofrecimos a 60 corredores, seleccionados por su buen desempeño, la mitad del curso fue dictado por el personal de Pacífico, para explicar mejor nuestros productos y procesos de venta y posventa, y la otra mitad estuvo a cargo de profesores de la Apecose.

Capacitación de corredores de seguros 2016

TEMA	RESPONSABLE
Riesgos Generales	Pacífico
Líneas Personales	Pacífico
Salud	Pacífico
Vida	Pacífico
Autos	Pacífico
Ley del seguro	Apecose
Técnicas de venta	Apecose
Taller de negociación	Apecose

“Para mantener actualizados a los corredores que trabajan con nosotros, en el 2016 lanzamos CAMPUS, un programa de capacitación que incluye cursos y talleres”.

Como parte de CAMPUS, en el 2016 también brindamos un curso dirigido específicamente a la gerencia de las empresas corredoras de seguros que trabajan con nosotros. Constó de cinco charlas orientadas a optimizar la gestión de sus equipos de trabajo. Contamos con la participación de 45 gerentes de corredores.

Capacitación de corredores de seguros (gerencias) 2016

TEMA	N° DE PARTICIPANTES
Perspectivas 2016	45
Equipos de alto rendimiento, equipos que marcan la diferencia	45
Taller de negociación y resolución de conflictos	45
Taller de fidelización de clientes	45
Perspectivas 2017	45



9.3. Política de canales

(DMA-Prácticas de competencia desleal, G4-SO7, Pacífico 2-Política de canales)

Desde el 2015 implementamos reglas comerciales para que sean aplicadas por los responsables de cada uno de los canales de distribución. El objetivo fue prevenir la interferencia y conflictos de intereses entre estos. Dichas reglas brindan un marco de trabajo ordenado entre canales y productos, y permiten el desarrollo del portafolio de clientes individuales. Son especialmente importantes para evitar las ventas cruzadas. Por ejemplo, si un asegurado de Pacífico busca renovar su póliza o adquirir nuevos seguros y se contacta con la compañía a través de un canal distinto al original, las reglas indican que es preciso identificar el canal del cual procede el asegurado, reconocer la intermediación inicial por la cual se convirtió en cliente de Pacífico y derivarlo con un ejecutivo del canal correspondiente.



Respetar las Políticas de Canales de Distribución nos ha permitido manejar de mejor manera los conflictos entre canales dentro de un contexto de respeto.

9.4. Satisfacción de corredores

(DMA-Etiquetado de los productos y servicios, G4-PR5)

Todos los años medimos la satisfacción de los corredores. A través de esta medición verificamos el resultado de nuestras acciones relacionadas con los corredores. También nos facilita implementar mejoras.

En el 2016 la satisfacción de los corredores que trabajaron con nosotros fue de 59%. Ese resultado reafirma la utilidad de las mejoras que efectuamos durante los últimos años en procesos, servicio al cliente y herramientas de gestión.



59%
fue el
nivel de
satisfacción
de los
corredores.

10. Colaboradores



10.1. Cifras de empleo

(G4-10, DMA-Empleo)

En Pacífico nos reinventamos constantemente para profundizar nuestro liderazgo. Un elemento clave en esa tarea son las personas que conforman nuestro equipo. Nosotros tenemos un firme compromiso con su desarrollo y aprendizaje, y buscamos ser un lugar donde puedan realizarse y crecer integralmente. Trabajamos bajo la premisa de que somos un equipo comprometido, con la camiseta bien puesta.

Al cierre del 2016 nuestro equipo estuvo conformado por 3,203 colaboradores, 37 personas más que en el 2015. 80% de colaboradores trabaja en Lima y 20% en provincias. El porcentaje de mujeres que laboran en Pacífico es de 67% (65% en Lima y 77% en provincias); mientras el porcentaje de hombres es de 33% (35% en Lima y 23% en provincias).



Número de colaboradores en el 2016 por empresa, sexo, tipo de contrato y región

(G4-10)

COLABORADORES	LIMA	PROV.	TOTAL
PACÍFICO PERUANO SUIZA	897	117	1,014
Plazo indeterminado	793	111	904
Femenino	427	80	507
Masculino	366	31	397
Practicantes	104	6	110
Femenino	52	4	56
Masculino	52	2	54

COLABORADORES	LIMA	PROV.	TOTAL
PACÍFICO EPS	381	11	392
Plazo indeterminado	351	11	362
Femenino	218	7	225
Masculino	133	4	137
Practicantes	30	0	30
Femenino	20	0	20
Masculino	10	0	10

COLABORADORES	LIMA	PROV.	TOTAL
PACÍFICO VIDA	1,297	500	1,797
Plazo indeterminado	1,188	500	1,688
Femenino	875	392	1,267
Masculino	313	108	421
Practicantes	109	0	109
Femenino	71	0	71
Masculino	38	0	38
TOTAL	2,575	628	3,203

(G4-10)

El 50% de nuestros colaboradores a nivel nacional ocupa cargos administrativos, mientras el 42% pertenece a la fuerza de ventas. Cabe indicar que a fin de ofrecer un lugar de trabajo desafiante y atractivo contamos con planes de línea de carrera para nuestra fuerza de ventas, que incluyen ascensos mensuales por cumplimiento de metas. Al cierre del reporte, no contamos con indicadores de desempeño sobre el personal ascendido. El 8% de personal restante corresponde a practicantes. Al terminar el 2016 hubo 14 colaboradores con contrato a plazo fijo.

Número de colaboradores en el 2016 por categoría laboral

JORNADA LABORAL	LIMA	PROVINCIAS	TOTAL
Personal administrativo	1,485	122	1,607
Fuerza de ventas	847	500	1,347
Practicantes	243	6	249
TOTAL	2,575	628	3,203

Además, contamos con el equipo Pacífico Asiste, empresa subsidiaria a través de la cual se subcontratan los servicios de atención de siniestros y emergencias médicas.

Clasificación de personal subcontratado en el 2016 por tipo de contrato y sexo

COLABORADORES DE PACÍFICO ASISTE	TOTAL
Con contrato indeterminado y remuneración fija	31
Femenino	13
Masculino	18
Con contrato indeterminado y remuneración fija + variable	62
Femenino	1
Masculino	61
Con contrato a plazo fijo y remuneración fija	25
Femenino	7
Masculino	18
Con contrato a plazo fijo y remuneración fija + variable	26
Femenino	1
Masculino	25
Practicantes preprofesionales	25
Femenino	0
Masculino	1
TOTAL GENERAL	145

10.2. Rotación del personal

(DMA-Empleo, G4-LA1)

En líneas generales, la rotación del personal se ha mantenido en niveles similares al año anterior. En el 2016 tuvimos 1,595 nuevos ingresos, lo que significa 42 personas más que en el 2015. En cuanto a las desvinculaciones, hubo 1,445 ceses en el 2016, mientras que en 2015 esa cifra fue de 1,298 personas.

No tenemos planes que indiquen la contratación de personas de un determinado sexo, pero debido a la naturaleza del negocio contamos con más personal femenino. Por otro lado, se ha fortalecido la contratación de personas en el marco de la Ley de Personas con Discapacidad y se tuvo el ingreso de una persona con discapacidad.

En cuanto a la contratación de nuevo personal, hubo dos cambios importantes en el 2016. El primero corresponde a una disposición corporativa que permite contratar familiares directos de nuestros

colaboradores siempre que cumplan con los requisitos que un puesto de trabajo exige. Asimismo, el 100% de exámenes psicológicos que se toman al personal en proceso de selección es realizado de manera virtual. Así, ahorramos tiempo y recursos.

La Política de Movimientos Internos Credicorp promueve que realicemos la búsqueda de personal de manera interna y fomenta la rotación entre las empresas del grupo. De esta manera, buscamos fortalecer la línea de carrera y el crecimiento profesional de nuestro equipo. Para el 2017, tenemos planeado el desarrollo del Proyecto de Networking entre colaboradores para enlazar los temas de capacitación y desempeño, y realizar una feria interna donde las gerencias expongan qué hacen para fomentar el movimiento interno. De este modo, podremos tener identificados a los colaboradores interesados y, según ciertos indicadores, también filtrarlos como candidatos.

“La Política de Movimientos Internos Credicorp promueve que realicemos la búsqueda de personal de manera interna y fomenta la rotación entre las empresas del grupo”.

(G4-LA1)

Ingresos en el 2016

REGIÓN	SEXO	RANGO DE EDAD	INGRESOS
Lima	Femenino	Menores de 30 años	367
		Entre 30 y 50 años	332
		Mayores de 50 años	6
	Masculino	Menores de 30 años	194
		Entre 30 y 50 años	130
		Mayores de 50 años	4
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	210
		Entre 30 y 50 años	235
		Mayores de 50 años	1
	Masculino	Menores de 30 años	43
		Entre 30 y 50 años	72
		Mayores de 50 años	1
TOTAL			1,595

Ceses en el 2016

REGIÓN	SEXO	RANGO DE EDAD	CESES
Lima	Femenino	Menores de 30 años	290
		Entre 30 y 50 años	301
		Mayores de 50 años	25
	Masculino	Menores de 30 años	155
		Entre 30 y 50 años	147
		Mayores de 50 años	6
Provincias	Femenino	Menores de 30 años	177
		Entre 30 y 50 años	209
		Mayores de 50 años	4
	Masculino	Menores de 30 años	65
		Entre 30 y 50 años	65
		Mayores de 50 años	1
TOTAL			1,445

(G4-LA1)

En el 2016, el índice anualizado de rotación fue de 47%, lo que significa un aumento de 1,06% respecto al año anterior. Esa cifra se explica porque una importante cantidad de colaboradores integra la fuerza de ventas y dichos profesionales suelen rotar entre las empresas del sector. La rotación se produjo de la siguiente manera:

Rotación total por sexo en el 2016

SEXO	PORCENTAJE DE ROTACIÓN
Masculino	42%
Femenino	50%



10.3. Comunicación interna

(DMA-Relaciones entre los trabajadores y la dirección, G4-LA4)

En Pacífico creemos firmemente que la comunicación horizontal genera confianza en nuestros colaboradores. El Área de Gestión y Desarrollo Humano (GDH) cuenta con distintas vías para comunicar información sobre la compañía y para recibir las opiniones de nuestros colaboradores: afiches, correo electrónico, intranet y PADtv (Pacífico Al Día TV), entre otros canales. Además, contamos con un grupo en Facebook, donde generamos interacción con nuestros colaboradores de Lima y provincias.

De igual modo, tenemos un buzón de sugerencias en nuestra intranet y buzones físicos en nuestras agencias para recibir opiniones y propuestas de mejora. Así, buscamos mantener una comunicación transparente, clara y fluida a todo nivel. No nos hemos impuesto metas sobre el



periodo mínimo de preaviso de cambios importantes en la compañía, ya que nuestra comunicación con el personal es constante y el gerente general se comunica directamente si es necesario.

10.4. Clima laboral

Queremos que nuestros colaboradores se sientan reconocidos, cómodos y disfruten trabajar con nosotros. Por eso, cada año realizamos una encuesta de clima laboral con el propósito de conocer sus sensaciones y qué tan a gusto están con sus jefes directos. Esta encuesta abarca cuatro dimensiones:

En el 2016 la encuesta de clima laboral arrojó una satisfacción global del 80% a nivel de las tres empresas, 4% superior a la obtenida en el 2015. Participaron en el estudio 94% de colaboradores.

Compromiso

Evalúa el nivel de identificación y compromiso de los colaboradores con su trabajo, los valores de Pacífico y las actividades que llevamos a cabo.

Conductores del compromiso

Evalúa cuánto ayudan los jefes directos a fortalecer el compromiso con el trabajo y la organización.

Soporte para el éxito

Evalúa la satisfacción de los colaboradores respecto a las oportunidades de aprendizaje, crecimiento y desarrollo profesional.

Conductores de soporte para el éxito

Evalúa la satisfacción de los colaboradores respecto al apoyo que reciben de sus jefes directos para desarrollarse profesionalmente y aprender.

Resultados de la encuesta de clima laboral 2016, por dimensión

DIMENSIONES	PGA		
	2014	2015	2016
Compromiso	77	82	86
Conductores de compromiso	74	81	81
Conductores de soporte para el éxito	63	68	77
Soporte para el éxito	68	73	79
PROMEDIO GENERAL	70	76	80



10.5. Actividades de integración

En Pacífico es importante que los colaboradores se sientan en familia, se conozcan y trabajen en equipo para alcanzar nuestras metas compartidas. Todos los años propiciamos espacios de integración que nos permitan fortalecer y estrechar relaciones. En el 2016 innovamos en nuestras actividades de integración y desarrollamos el concepto “Un equipo de película”. Estas se denominan PAC DAYS, jornadas de integración en las que se llevan a cabo dinámicas, juegos y un almuerzo de confraternidad. En el 2016 hubo 10 PAC DAYS, en cada uno de ellos participaron 250 colaboradores.



10.6. Desarrollo de los colaboradores

(DMA-Capacitación y educación, G4-LA10)

Pacífico Crece es nuestro programa de capacitación. Su finalidad es profesionalizar a nuestro equipo en asuntos relacionados con la especialidad de seguros, desarrollar competencias alineadas al crecimiento organizacional y gestionar el conocimiento impulsando el cumplimiento de los objetivos personales y profesionales de nuestros colaboradores. El programa brinda capacitación presencial y virtual –a través de la Plataforma Pacífico Crece–, así como capacitaciones externas y en el extranjero.

Las necesidades de capacitación son evaluadas mediante el cruce de diversos estudios. Luego de obtener el resultado de la encuesta de clima laboral, GDH se reúne con las gerencias y se realizan dinámicas grupales con las áreas que han tenido resultados más bajos y más

altos. A partir de ello se identifican las necesidades. También nos basamos en los resultados de la evaluación de desempeño. Finalmente, utilizamos los resultados de la evaluación de satisfacción de clientes, ya que muchas veces reflejan algunas brechas en nuestra gestión. Con esa información, GDH identifica las necesidades de capacitación y las traslada a nuestra Política de Capacitación y a nuestro Plan de Capacitación Anual.

Cursos formativos

Desarrollamos cursos de inducción para los colaboradores nuevos a través de la plataforma virtual Pacífico Crece. También llevamos a cabo Desafío, un concurso de conocimiento dirigido a todos nuestros colaboradores.

“Nuestro programa Pacífico Crece brinda capacitación presencial y virtual, así como capacitaciones externas y en el extranjero”.

(DMA-Capacitación y educación, G4-LA10)

Profesionalización

Contamos con cuatro programas de desarrollo que se enfocan en conocimientos sobre seguros y temas técnicos de acuerdo al puesto de trabajo:



ESCUELA DE SEGUROS

Programa *in house* de cuatro meses y medio de duración que comprende 17 cursos desarrollados en un promedio de 60 horas. Brinda conocimientos básicos sobre seguros generales, seguros de vida y seguros de salud. Colaboradores, gerentes y técnicos de Pacífico dictan estos cursos.

PROGRAMA EN GESTIÓN DE SEGUROS

En alianza con la Universidad Esan elaboramos un programa integral de especialización en seguros que comprendió 18 cursos desarrollados en 96 horas presenciales.

CERTIFICACIONES

Son cursos especializados tanto en seguros como en auditoría, actuaría, finanzas y gestión de negocios. Los brindan instituciones internacionales especializadas en seguros.

CURSOS EXTERNOS Y EN EL EXTRANJERO

Brindan especialización en procesos, gestión, herramientas y estrategias. Son dictados por instituciones nacionales y reaseguradoras extranjeras vinculadas con Pacífico (Gen Re, Swiss Re, Múnich Re y Hannover Re).

(DMA-Capacitación y educación, G4-LA10)

Desarrollo de competencias y habilidades

Estos cursos se enfocan en brindar conocimientos sobre herramientas de gestión, aplicativos y habilidades blandas:

HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS

Buscan desarrollar en los colaboradores el manejo del entorno MS Office y sus herramientas. Estos cursos se proporcionan en la modalidad *e-learning*.

TALLERES DE HABILIDADES BLANDAS

Aspiran a alinear el desarrollo de los colaboradores con el crecimiento organizacional. Son presenciales y desarrollan temas como negociaciones efectivas, orientación a resultados, planificación y establecimiento de prioridades, formación de capacitadores Pacífico, *team building without time wasting*, gestión del cambio, *outdoor training coaching* y liderazgo proactivo.



(DMA-Capacitación y educación, G4-LA10)

Cursos normativos

En cumplimiento con las normas emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y el Ministerio de Trabajo, en Pacífico brindamos los siguientes cursos a todos nuestros colaboradores: Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, Cumplimiento Normativo (Ética e Integridad), Seguridad y Salud en el Trabajo, Seguridad de la Información, Prevención de Riesgo y Continuidad de Negocio, y Transparencia de Información y Prevención de Fraudes. Los cursos se desarrollaron en la plataforma virtual Pacífico Crece.

Durante el 2016, continuamos con nuestras capacitaciones transversales obligatorias. De igual modo, implementamos una

Escuela de Servicio al Cliente a través de la Plataforma Pacífico Crece. Otro hito importante fue haber superado nuestra meta de participantes en el Desafío Pacífico, lo que refleja el interés de nuestros colaboradores por aprender y desarrollarse.

Para el 2017, tenemos planeado formar la Escuela de Líderes, dirigida a consultores y jefes. Allí brindaremos las herramientas básicas para que los colaboradores que tienen personal a su cargo optimicen su capacidad de liderazgo. También trabajaremos en la virtualización de la Escuela de Seguros a través de la Plataforma Pacífico Crece, con el fin de tener mayor llegada a los colaboradores en provincias.

“En cumplimiento con las normas de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y el Ministerio de Trabajo, en Pacífico brindamos cursos a todos nuestros colaboradores”.

Plataforma Pacífico Crece

MÓDULOS	CATEGORÍAS					
	ASISTENTE	ANALISTA	CONSULTOR O SUPERVISOR	JEFE	SUBGERENTES	GERENTES
Formativos	Inducción e-learning					
	Desafío					
Profesionalización	Escuela de Seguros					
	Programa en Gestión de Seguros (prerrequisito Escuela de Seguros)			Programa en Gestión de Seguros		
	Certificaciones (LOMA ⁵ , CPCU ⁶)					
	Cursos externos relacionados con la tarea		Cursos externos relacionados con el proceso o herramienta		Cursos externos relacionados con la gestión	
					Cursos externos relacionados con la estrategia	
					Cursos en el extranjero relacionados con la gestión	
Desarrollo de competencias y habilidades	Taller de competencias					
	Taller de habilidades blandas					
	Herramientas informáticas					
Normativos	En cumplimiento con las normas emitidas por la SBS y el Ministerio de Trabajo emitimos cursos normativos virtuales dirigidos a todos nuestros colaboradores. Estos cursos se realizan en nuestra plataforma virtual de aprendizaje Pacífico Crece, en modalidad e-learning.					

⁵ LOMA es una de las asociaciones comerciales más grandes del sector asegurador en el mundo. Ofrece programas certificados de capacitación y desarrollo para funcionarios de compañías de seguros.

⁶ Chartered Property Casualty Underwriter (CPCU) es una designación profesional administrada por el American Institute for Chartered Property and Casualty Underwriters. Designa a los trabajadores del sector asegurador, quienes, tras una serie de cursos y exámenes internacionales, son considerados como especialistas en seguros de propiedad y gestión del riesgo.

Resumen de participantes y horas totales de capacitación 2016

(G4-LA9)

CATEGORÍA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	1,282	753	2,035
Subgerentes	1,358	865	2,223
Jefe	1,256	1,103	2,359
Consultor o Supervisor	1,048	2,339	3,387
Analista	6,802	8,051	14,853
Asistente	2,554	7,254	9,808
TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN 2016			34,665

Al cerrar el 2016, el promedio de horas de formación por colaborador fue de 10.82 horas por persona.

10.7. Derechos humanos en pacífico

(DMA-No discriminación, G4-HR3, DMA-Trabajo infantil, G4-HR5, DMA-Trabajo forzoso, G4-HR6)

La gestión de los derechos humanos en Pacífico involucra aquellos temas que se relacionan directamente con la naturaleza del negocio: derecho laboral, cumplimiento normativo, prácticas anticorrupción, no discriminación y derecho a la privacidad de la información de los clientes, entre otros. También incluye el acceso a la salud y a un medio ambiente saludable. Estos estándares se encuentran establecidos en nuestras normas internas, como en la Política de Responsabilidad Social Credicorp, el Reglamento Interno de Trabajo, la Política Laboral, el Código de Ética y los Lineamientos de Conducta, entre otros.

No discriminación

Como medida preventiva ante posibles casos de discriminación,

nuestra Política de Ética y Conducta define el siguiente lineamiento:

“El colaborador Credicorp deberá conducir sus relaciones con los clientes, actuales o potenciales, proveedores, intermediarios, solicitantes de empleo y otros colaboradores de las empresas de Credicorp, sin llevar a cabo prácticas discriminatorias con respecto a la raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, estado civil u orientación sexual”.

Política de Ética y Conducta de Credicorp **Sección 4.1.2 No discriminación y no acoso**

Durante el 2016 no se registraron incidentes relacionados con temas de discriminación.



Trabajo infantil

(DMA-Trabajo infantil, G4-HR5)

En Pacífico promovemos la erradicación del trabajo infantil, pues somos conscientes de que es un objetivo clave de la legislación nacional y de la defensa de los derechos humanos. Además, tomamos en cuenta la prioridad de este tema en los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en los principios del Pacto Mundial, de los cuales somos signatarios. Consideramos que la existencia y la aplicación efectiva de políticas sobre trabajo infantil son requisitos básicos para una conducta socialmente responsable. No existe trabajo infantil en ninguna de nuestras operaciones a nivel nacional. Y, como contamos con servicios de tercerización e intermediación de personal, exigimos a esos proveedores que presenten su Documento Nacional de Identidad al ingresar a trabajar a la compañía. Esta política se aplica a todo nuestro personal y al tercerizado para garantizar que sea mayor de edad.



Trabajo forzoso

(DMA-Trabajo forzoso, G4-HR6)

En Pacífico contamos con procedimientos que buscan prevenir o sancionar las acciones que contravengan los derechos de los colaboradores, incluyendo el trabajo forzoso. Asimismo, promovemos la integridad, la honestidad, la transparencia, la atención y el respeto en todas nuestras acciones, con todos nuestros grupos de interés.

Adicionalmente, fomentamos en nuestros colaboradores el equilibrio entre la vida personal y el trabajo. Por eso, no solo ofrecemos la opción de contar con un horario flexible sino que brindamos la alternativa de un horario laboral competitivo de 35 horas semanales.

En cuanto a la prevención del trabajo forzoso, el Reglamento Interno de Trabajo



establece la voluntariedad de las horas extras y subraya la necesidad de que sean aceptadas tanto por el colaborador como por el empleador. En ese sentido,

las horas extras que trabajan nuestros colaboradores son previamente autorizadas por las jefaturas y son compensadas posteriormente con horas y/o días libres.

Libertad sindical y derecho a la negociación colectiva

(G4-11, DMA-Libertad de asociación y negociación colectiva, G4-HR4)

En Pacífico no contamos con sindicatos de trabajadores. Sin embargo, la empresa firmó un convenio colectivo que mantiene los beneficios de los integrantes de El Pacífico Peruano-Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros contratados hasta junio del 2006. Al finalizar el 2016, ningún colaborador estaba bajo este convenio, debido a que los pocos colaboradores amparados por él (1.96% del total) ya no trabajan en la organización. Las condiciones laborales y los beneficios que ofrecemos a nuestros colaboradores actualmente resultan más atractivos que los otorgados por dicho convenio.



10.8. Salud y seguridad en el trabajo

(DMA-Salud y seguridad en el trabajo, G4-LA5)

En cumplimiento de la normativa nacional de seguridad y salud en el trabajo, todos los colaboradores de las empresas que conforman Pacífico Seguros están representados mediante comités paritarios. Estos comités tienen una vigencia de dos años y actualmente están en funciones los elegidos para el periodo que va de julio del 2016 a junio del 2018. Cada uno está conformado por ocho miembros (cuatro representantes de los empleados, elegidos por votación, y cuatro del empleador) y también hay dos suplentes por cada parte. Su elección se realizó de acuerdo a lo requerido por la Ley N° 29783 y su reglamento.

Cada comité se reúne una vez al mes para tratar los temas establecidos en nuestro Plan del Sistema de Gestión de Seguridad y

Salud, así como para verificar las actividades del Programa de Gestión de Seguridad y Salud. Durante el 2016 se trabajaron reuniones en conjunto con los tres comités (uno por cada empresa). Hubo 12 reuniones de una hora. Asimismo, se llevaron a cabo cinco capacitaciones de una hora cada una, lo que significa 250% más de lo planificado, aunque 17% menos que el año anterior.

En el 2016 llevamos a cabo el proyecto “IPER ajustado” para todas las empresas Credicorp. Consistió en la evaluación de riesgos de salud y seguridad de los colaboradores en cada puesto de trabajo, tanto en Lima como en provincias. Para el caso de Pacífico Seguros, se obtuvieron 1,472 matrices IPER. Además, se elaboraron 93 mapas de riesgo. Así, logramos identificar los diversos riesgos

de salud en todos nuestros puestos de trabajo y mejoramos nuestra capacidad para gestionarlos y asegurar condiciones laborales saludables y seguras.

12

reuniones de los comités de Seguridad y Salud en el Trabajo se llevaron a cabo durante el 2016.

10.9. Voluntariado en pacífico

Desde hace muchos años, en Pacífico promovemos que nuestros colaboradores participen en nuestras actividades de responsabilidad social relacionadas con asuntos ambientales y sociales. Para eso, contábamos con el apoyo de líderes ambientales y voluntarios sociales. En el 2016 creamos el concepto de Líder Eco-social con el objetivo de fomentar la participación en todas las actividades y resaltar el aporte de los colaboradores desde sus lugares de trabajo. Los Líderes Eco-sociales son aliados estratégicos del área de Responsabilidad Social en la tarea de sensibilizar a los demás colaboradores en temas de sostenibilidad y alcanzar mayores niveles de respuesta. 367 Líderes Eco-sociales participaron en las diversas actividades de voluntariado que llevamos a cabo durante el 2016.

Y para distinguir públicamente el esfuerzo y compromiso de los colaboradores de Pacífico, al mismo tiempo que alentamos a los demás a sumarse a



nuestras iniciativas de responsabilidad social, otorgamos el reconocimiento “Embajadores Eco-sociales” a los cinco voluntarios más activos y comprometidos.

Campaña de Navidad

Una de las actividades más resaltantes de los Líderes Eco-sociales de Pacífico es la organización de la campaña de navidad. Alineados al concepto de salud

inclusiva, en el 2016 visitamos a los niños del Instituto Nacional del Niño de San Borja y de Pachacútec en Ventanilla. 141 voluntarios realizaron actividades relacionadas con la salud emocional, entregaron más de 900 regalos y más de 820 canastas, donadas y armadas por colaboradores de nuestras distintas áreas.



11. Comunidad

(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

Desde Pacífico impulsamos alianzas con organizaciones sociales, ONG y empresas privadas (clientes y no clientes) para unir recursos que permitan lograr un objetivo común de bienestar social en el marco de la prevención. Durante el 2016 realizamos las siguientes campañas alineadas a nuestro core de negocio y a los pilares de nuestra estrategia de RSE:



11.1. Salud

(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

Programa Pacífico te Cuida (PTC)

Somos conscientes de la importancia de mantener una vida sana. Por eso, creamos Pacífico Te Cuida, un programa de salud que difunde prácticas saludables en la sociedad y brinda servicios de atención de calidad a poblaciones con limitado acceso a ellos.

Buscando reforzar estas prácticas en nuestra cadena de valor, el programa PTC tiene dos líneas de ejecución dirigidas a públicos específicos. Ambas se ejecutan junto con clientes corporativos:



PTC para colaboradores de empresas: Complementa los chequeos preventivos regulares con campañas y charlas de salud en las especialidades de medicina general, nutrición, odontología, oftalmología, dermatología, quiropraxia, gimnasia laboral, estrés laboral, nutrición saludable

y risoterapia, entre otras. Además, ofrece campañas de vacunación contra enfermedades como la influenza. A lo largo del año logramos un número importante de atenciones en Lima, Arequipa, Talara, Cajamarca y Piura, superando las proporcionadas en el 2015.

Campañas Pacífico Te Cuida (corporativo)

(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

TIPO	CANTIDAD DE EVENTOS			CANTIDAD DE PARTICIPANTES	CANTIDAD DE CLIENTES PARTICIPANTES
	LIMA	PROVINCIAS	TOTAL		
Campañas de salud	268	10	278	960*	62
Talleres o charlas de salud	114	3	117	4,225*	125
Campaña de vacunación	11	9	20	4,957	14
TOTAL	393	22	415	10,142	201

*En algunos eventos no se calculó la cantidad de participantes por lo que la cifra real es mayor a la presentada en el cuadro.



(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

PTC para la comunidad: Implementada a través de alianzas estratégicas con clientes corporativos y desarrollada en sus zonas de influencia, ofrecemos chequeos preventivos de acuerdo a las necesidades identificadas en cada espacio de intervención. En el 2016 las campañas de salud se realizaron con empresas como Latam, Goldfields, Cerro Verde, Edelnor y Unacem, en comunidades de Arequipa y Cajamarca, y distritos de Lima y El Callao como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo y Ventanilla. Las especialidades ofrecidas incluyeron medicina general y medicina interna, pediatría, oftalmología, dermatología, ginecología, odontología, psicología y nutrición, entre otras. Durante el año se superaron las 11 mil atenciones.

Apoyo a iniciativas de salud inclusiva

En el 2016 continuamos con el apoyo administrativo y económico al Centro Médico Educativo en Chincha, que está



a cargo de la Peruvian American Medical Society. Allí se ofrecen atenciones de salud de calidad a muy bajo costo.

Asimismo, iniciamos una alianza con la Asociación de Voluntarias por los Niños con Cáncer - Magia, con quienes trabajamos una campaña de sensibilización sobre la importancia de estar protegidos

frente a esa enfermedad. Al mismo tiempo, realizamos donaciones para el albergue que tienen a su cargo.

Finalmente, continuamos apoyando a la Asociación Unámonos de Arequipa en su trabajo de atención y educación a niños con habilidades especiales.

11.2. Campañas de seguridad vial

(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

#EfectoCeroPuntoCinco

Conscientes de los altos índices de accidentes automovilísticos en nuestro país, en el 2016 lanzamos la campaña #EfectoCeroPuntoCinco, propuesta que buscó evidenciar de manera creativa que tomar y manejar no es una buena decisión. Esta campaña tuvo como eje principal el uso del #0.5 para remarcar el límite de alcohol permitido en la sangre. Además, se utilizaron videos de Youtube en los que se reduce la velocidad del habla para demostrar, de una manera divertida, el efecto del alcohol en las personas y generar conciencia sobre sus peligros.



Ecomurales educando en Seguridad Vial

Esta campaña tuvo como objetivo sensibilizar a conductores y peatones sobre la importancia de adoptar una cultura vial adecuada. Para eso pintamos murales con mensajes creados por niños del Colegio Alfonso Ugarte. Este trabajo se realizó utilizando pintura ecológica, que permite absorber dióxido de nitrógeno del aire. Los 400 m2 que se pintaron en 16 murales equivalen al sembrado de 400 árboles. Las labores tuvieron el apoyo de nuestros Líderes Eco-sociales.

11.3. Riesgos frente a desastres naturales

(DMA-Comunidades locales, FS-13; DMA-Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8)

En el 2016, renovamos nuestro compromiso con el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú, pues somos conscientes de su importante labor en la reducción de riesgos. Este apoyo se concretó a través de la donación de más de 580 uniformes.

Asimismo, los bomberos reforzaron las capacidades de nuestros brigadistas de apoyo frente a desastres brindándoles capacitaciones que incluyeron sesiones prácticas.





12. Medio ambiente

(G4-14, DMA-General Medio Ambiente, G4-EN31)

En Pacífico reconocemos que generamos impactos ambientales que deben ser gestionados, mitigados y compensados. Por eso, desde el 2010 medimos y compensamos nuestra huella de carbono, lo que nos ha permitido ser la primera empresa aseguradora peruana carbono neutral. Así, durante estos años hemos ganado reputación como empresa responsable con el medio ambiente, un distintivo de la marca Pacífico.

Nuestra gestión ambiental es impulsada desde el área de Responsabilidad Social, en coordinación con Administración, Marketing, GDH y otras áreas de la compañía. Con Administración se evalúan aspectos como la compra y consumo de materiales, con Marketing se trabajan las campañas ambientales y con GDH

se busca transmitir a los colaboradores de Pacífico la cultura organizacional de responsabilidad con el medio ambiente.

Durante el 2016, invertimos S/ 921,063.97 en nuestra gestión ambiental, según el siguiente detalle:

Inversiones ambientales 2016

ÍTEM	INVERSIÓN (S/.)
Proyecto Verde (consultoría para actividades ambientales, huella de carbono y certificaciones)	98,584
Iniciativas ambientales (7C)	6,846
Campañas ambientales	587,634
TOTAL	693,064

“En Pacífico reconocemos que generamos impactos ambientales que deben ser gestionados, mitigados y compensados.”

12.1. Consumo de materiales

(G4-12, DMA-Materiales, G4-EN1, DMA Productos y servicios, G4-EN27)

En Pacífico organizamos la adquisición de bienes y servicios de dos formas: la compra planificada de artículos de mayor volumen con alta rotación, y la compra de bienes y artículos en general. Como compañía de servicios, los principales materiales que utilizamos son insumos de oficina. El total de insumos comprados en los años 2015 y 2016 y el valor monetario de las compras se muestran a continuación:

Unidades compradas por categoría de insumos

INSUMO	AÑO 2015	AÑO 2016
Bolsas	2,212	4,067
Carnés	126,630	102,775
Cintas	447	416
Etiquetas	401,127	59,088
Impresos	10,857,898	11,480,953
Papel	60,510	58,356
Rollos	540	680
Útiles	81,579	60,361
VALOR MONETARIO DE LAS COMPRAS EN SOLES	S/3,427,394.00	S/2,752,826.73

(G4-EN27)

Si bien la compra de papel de oficina se ha reducido en 4% respecto al año pasado, el crecimiento del negocio ha ocasionado la adquisición de una mayor cantidad de materiales como impresos y rollos de papel. Durante el 2016 realizamos un inventario a nivel nacional y nos percatamos de que teníamos un sobre stock. En tal sentido, es un reto para el 2017 comprar con más eficiencia y usar los materiales de oficina con más responsabilidad y consciencia.

El 2015 iniciamos el proyecto para la emisión de pólizas electrónicas de los seguros de salud y oncológicos. Eso nos ha permitido un ahorro importante de papel, que se refleja en un menor impacto ambiental de nuestras operaciones, nos ahorra costos y beneficia directamente a los clientes, quienes reciben sus pólizas a tiempo. En el 2016 emitimos 77,509 pólizas electrónicas, un 43% más que en el 2015.



12.2. Energía

(DMA-Energía, G4-EN3, G4-EN6)

Entre los años 2015 y 2016, redujimos en 1.63% nuestro consumo energético interno. Ese logro se debe a nuestro compromiso ambiental, a la concientización de nuestros colaboradores y a la implementación de medidas de eficiencia. Asimismo, nuestro consumo de energía per cápita disminuyó en 8.97%.

8.97%
de consumo de energía per cápita disminuimos en el 2016.

Porcentaje de variación del consumo de energía entre el 2015 y el 2016

FUENTE	COMBUSTIBLE	TERAJULIOS		VARIACIÓN %
		AÑO 2015 ⁷	AÑO 2016 ⁸	
Electricidad	-	12.74	12.52	-1.73%
Generadores eléctricos	Diésel B5	0.02	0.05	150.00%
	Gasohol	0.10	0.08	-20.00%
Vehículos propios	Diésel B5	0.05	0.05	0.00
TOTAL GENERAL (EN TERAJULIOS)		12.91	12.70	-1.63%
TOTAL PER CÁPITA		0.00780	0.00710	-8.97%

⁷ Los valores del consumo energético interno difieren de aquellos presentados en el Reporte de Responsabilidad Social y Medio Ambiente 2015, pues al cierre de dicha edición no se contaba con los valores auditados.

⁸ No son valores auditados. Podrían diferir después del proceso de auditoría.

12.3. Emisiones

(DMA-Emisiones, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19)

Medimos nuestra huella de carbono desde el 2010. Esa acción tiene dos objetivos: obtener una herramienta de gestión, que identifique oportunidades de mejora en temas de eficiencia interna de la empresa, y permitirnos desarrollar programas de sensibilización dirigidos a los colaboradores.

Desde la primera medición, la tendencia ha ido siempre a la baja, aunque hemos llegado a un tope de reducción.

En el 2016 encontramos que nuestra huella de carbono aumentó un 17.33%, lo que corresponde a 487.22 toneladas de CO2

equivalentes. Mientras tanto, la huella de carbono per cápita para el 2016 fue de 1.87. Este valor representa un aumento del 9.4% o 0.16 toneladas per cápita de CO2 equivalentes respecto al 2015.

Los resultados obtenidos durante el 2016 nos estimulan a seguir con nuestro compromiso ambiental y ampliar nuestro trabajo a nuestros grupos de interés para lograr un mayor impacto. La siguiente tabla muestra el detalle de los cambios en la huella de carbono 2016, respecto a la del año anterior:



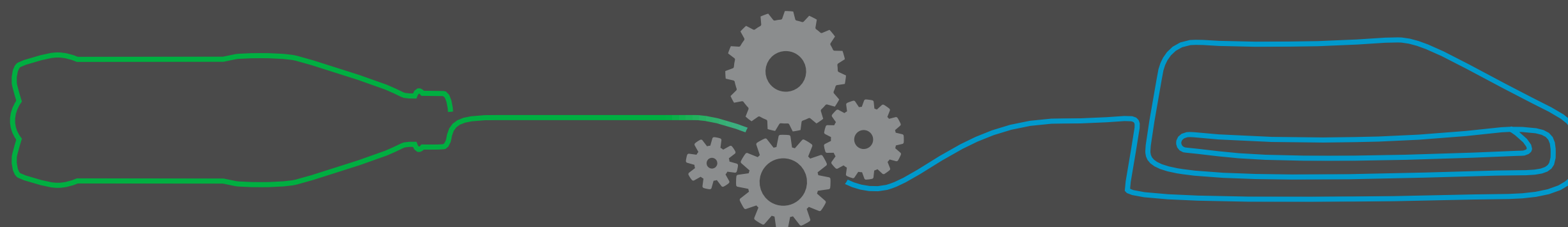
Emisión de gases de efecto invernadero (2015 y 2016)

(G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19)

ALCANCES	2015		2016	
	Toneladas de CO ² eq.	Porcentaje total	Toneladas de CO ² eq.	Porcentaje total
Alcance 1: Emisiones directas	48.76	1.73%	145.15	4.40%
Aire acondicionado	38.72	1.38%	135.49	4.11%
Generadores eléctricos	1.55	0.06%	0.00	0.00%
Extintores	0.30	0.01%	0.30	0.01%
Transporte de vehículos operados por la empresa	8.19	0.29%	9.35	0.28%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	732.57	26.06%	786.09	23.83%
Emisiones por consumo de electricidad	732.51	26.06%	786.09	23.83%
Alcance 3: Emisiones indirectas	2030.06	72.21%	2,292.32	69.49%
Consumo de agua	18.49	0.66%	18.21	0.55%
Consumo de papel	665.12	23.66%	966.71	29.31%
Desplazamiento del personal al trabajo	536.38	19.08%	669.14	20.29%
Generación de residuos	136.22	4.85%	187.33	5.68%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	89.45	3.18%	87.93	2.67%
Servicios de taxi adquiridos por la empresa	62.04	2.21%	5.08	0.15%
Viajes en avión	514.79	18.31%	357.09	10.83%
Viajes terrestres nacionales	7.57	0.27%	0.83	0.03%
Emisiones de CO ₂ por quema de biomasa	--	--	75.00	2.27%
TOTAL HUELLA DE CARBONO	2,811.39	100%	3,298.55	100.00%

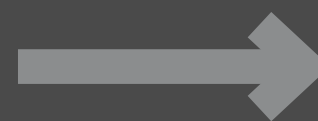
SI **693,064**

Invertidos en gestión ambiental durante el 2016.



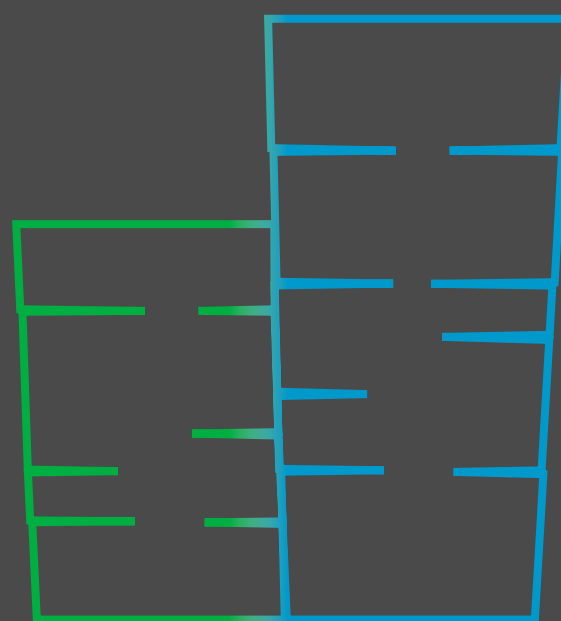
200,000

Botellas de plástico recolectadas a través de "Yo fui botella".



4,000

Frazadas para víctimas de las heladas en Arequipa y Cusco.



+20,000 kg

de papel donamos a la Asociación de ayuda al niño quemado (Aniquem) como apoyo a su programa "Reciclar para ayudar".

63% **CO₂**

Es la reducción de nuestra huella de carbono per cápita desde el 2010*.

* Durante el 2014, a nivel internacional se dieron cambios en el Potencial Calentamiento Global (PCG) de los gases de efecto invernadero y en los factores de emisión proporcionados por IPCC y DEFRA, respectivamente. En este cálculo, nos basamos en los nuevos factores.

(G4-DMA-Emissiones)

El aumento de la huella de carbono se debió principalmente a: i) aire acondicionado; ii) consumo de papel; y iii) desplazamiento del personal al trabajo.

En el 2016 las recargas de gas refrigerante respecto al 2015 se incrementaron en 249.9% (54.9 kg en comparación a 22 kg), debido a fugas ocasionadas por trabajos de mantenimiento generando un impacto significativo en la huella de carbono.

Tanto el consumo de papel como las emisiones generadas por el mismo, se incrementaron proporcionalmente en 45.3%. Esto responde principalmente al incremento del consumo de papel no recurrente, que pasó de 21 toneladas

en el 2015 a 165 toneladas en el 2016, lo cual se debió a un incremento en las órdenes, pero principalmente a la inclusión de ítems nuevos, producto de la mejora continua en la gestión de la información. Sin embargo, la iniciativa de pólizas electrónicas que implementamos, redujo el incremento en el consumo total de papel, pasando de 131 toneladas de papel bond en el 2015 a 99 toneladas en el 2016.

Finalmente, las emisiones generadas por el desplazamiento del personal al trabajo se incrementaron en 24.8%, cifra que triplicó nuestro aumento de personal (7%).

Cabe mencionar que la presencia de combustibles fósiles (gas natural) en la

generación eléctrica del Perú durante el 2016 fue mayor que en el 2015, incrementado su factor de emisión en 9.19%. Si bien el consumo eléctrico de Pacífico fue menor en el 2016 respecto al 2015 (-1.73%), el mayor incremento del factor de emisión generó un aumento de 7.31% en las emisiones por consumo de electricidad.

Durante el 2017, Pacífico realizará un análisis minucioso de las actividades que viene desarrollando para poder enmarcarlas en una estrategia de sostenibilidad de largo plazo, tomando como referencia destacados casos de éxito y estándares internacionales.

12.4. Cuidado de la biodiversidad

(DMA-Biodiversidad, G4-EN13)

A la fecha, hemos realizado nuestra séptima medición de huella de carbono, compensada mediante la conservación de los bosques amazónicos de la Reserva Nacional Tambopata y del Parque Nacional Bahuaja Sonene, ambos ubicados en la región de Madre de Dios.

En el 2013 concluimos la gestión de compra de 100 mil créditos de carbono generados por la captura de carbono en cinco mil hectáreas de los bosques protegidos que mencionamos anteriormente. Junto al Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) y Aider (Asociación Integral para el Desarrollo Rural), firmamos un acuerdo respecto de la adquisición de dichos créditos. Esto nos permitió ser la primera empresa peruana en comprar créditos de carbono provenientes de un proyecto Redd (Reducción de emisiones por deforestación y degradación).



A la fecha nos quedan un total de 73,928 bonos por compensar.

12.5. Campañas y actividades ambientales

A lo largo de 2016 llevamos a cabo las siguientes campañas:

Que tu calor de verano abrigue en invierno

La llevamos a cabo en el primer trimestre del 2016. Mediante la iniciativa “Yo fui botella”, que promovemos desde hace más de seis años, recolectamos botellas de plástico para convertirlas en frazadas que donamos a las víctimas de heladas y friaje. Más de 200 mil botellas de plástico se convirtieron en cuatro mil frazadas, que entregamos en comunidades de Arequipa y Cusco. La campaña incluyó el Reciclatest, propuesta que buscó sensibilizar y educar en el cuidado ambiental, al mismo tiempo que permitió generar más de 12 mil donaciones de botellas virtuales para aquellas personas que no pudieran realizar sus entregas de manera presencial.



El papel de ayudar es tuyo

Durante el 2016, firmamos un convenio con la Asociación de ayuda al niño quemado (Aniquem). Como apoyo a su programa “Reciclar para ayudar”, logramos recolectar más de 20 mil kilos de papel reciclable para donarlo a la institución. Esta iniciativa permitió una correcta segregación de papel y fue un gran apoyo en el tratamiento de los niños de Aniquem.





Taller GreenLab

En setiembre del 2016 se llevó a cabo el primer taller GreenLab. Dirigido a los Líderes Eco-sociales de la compañía, tuvo por objetivo resaltar su labor como parte importante de las iniciativas de Responsabilidad Social y animarlos a proponer ideas que fomenten la eficiencia y la sostenibilidad de las acciones que realizamos en Pacífico. El resultado fue cuatro proyectos relacionados con el reciclaje de papel, el cuidado del medio

ambiente, la segregación de residuos y la mejora de procesos. Estas iniciativas, elaboradas por Líderes Eco-sociales, serán evaluadas y puestas en práctica por el equipo de Responsabilidad Social.

Taller ambiental para proveedores

En diciembre del 2016 realizamos un taller para un grupo específico de nuestros proveedores a fin de capacitarlos en temas de sostenibilidad para pymes.



Merchandising de botellas de plástico recicladas

A través de campañas entre nuestros colaboradores promovimos la disposición responsable de residuos plásticos (específicamente botellas) para obtener materiales diversos —como bolsos, loncheras, pulseras, trofeos y certificados— que luego son utilizados como *merchandising* promocional.

13. Índice de contenido GRI

(G4-32)



Índice de contenidos GRI para la opción de conformidad esencial.

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Estrategia y análisis				
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la estrategia de sostenibilidad		No	5-10
Perfil de la organización				
G4-3	Nombre de la organización		No	3
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes		No	17
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización		No	3
G4-6	Países donde opera la organización y donde lleva operaciones significativas		No	12
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica		No	4
G4-8	Mercados de los que se sirve (sectores, clientes y destinatarios)		No	56, 57, 65, 66
G4-9	Tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas netas, capitalización y productos/servicios)		No	16
G4-10	Información empleados: contrato laboral, sexo, tipo de contrato, planilla, estacionalidad en la contratación, contratos flexibles	Principio 6	No	77, 78
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Principio 3	No	95

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
G4-12	Descripción de la cadena de suministro		No	35-38, 107
G4-13	Cambios significativos en estructura de la empresa, propiedad accionarial o cadena de suministro		No	4, 40
G4-14	Cómo se aborda el principio de precaución (sobre impactos medioambientales)		No	41-43, 106
G4-15	Lista de cartas o principios a las que la organización se ha sumado		No	19
G4-16	Lista de asociaciones y organizaciones a las que pertenece		No	19
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17	Lista de entidades que figuran en los estados financieros		No	34, 49
G4-18	Descripción del proceso para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. Cómo se han aplicado los principios de elaboración de memorias para determinar su contenido		No	49-51
G4-19	Lista de aspectos materiales		No	52-54
G4-20	Cobertura de cada aspecto material		No	53, 54
G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización (límites de cada aspecto)		No	53, 54
G4-22	Consecuencias de las reexpresiones de información: cambios en la información respecto a reportes anteriores		No	4
G4-23	Cambios significativos en el alcance y cobertura de los aspectos materiales		No	49

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Participación de los grupos de interés				
G4-24	Lista de los grupos de interés		No	46
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés		No	45
G4-26	Descripción del enfoque de la organización sobre la participación de los GDI		No	47
G4-27	Asuntos y problemas que han surgido a raíz de la participación de los GDI		No	48
Perfil de la memoria				
G4-28	Periodo de la memoria		No	4
G4-29	Fecha de la última memoria		No	4
G4-30	Ciclo de presentación de memorias		No	4
G4-31	Contacto para dudas sobre la memoria		No	3
G4-32	Índice de contenido GRI (opción de conformidad esencial)		No	117
G4-33	Verificación externa del reporte (políticas y prácticas)		No	4
Gobierno				
G4-34	Estructura de gobierno, comités		No	18
Ética e integridad				
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Principio 10	No	14, 15, 21-25

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Contenidos básicos específicos				
ECONOMÍA				
Desempeño económico				
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido		No	34
Consecuencias económicas indirectas				
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos		No	65-67, 99-104
MEDIO AMBIENTE				
Materiales				
G4-EN1	Materiales por peso o volumen	Principio 7	No	107
Energía				
G4-EN3	Consumo energético interno	Principios 7 y 8	No	109
G4-EN6	Reducción del consumo energético	Principios 8 y 9	No	109
Biodiversidad				
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Principio 8	No	114
Emisiones				
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	Principios 7 y 8	No	110, 111

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	Principios 7 y 8	No	110, 111
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3)	Principios 7 y 8	No	110, 111
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	Principio 8	No	110, 111
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	Principios 8 y 9	No	110, 111
Productos y servicios				
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Principios 7, 8 y 9	No	107, 108
General				
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales	Principios 7, 8 y 9	No	106
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO				
Empleo				
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Principio 6	No	79-81
Relaciones entre los trabajadores y la dirección				
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	Principio 3	No	82

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Salud y seguridad en el trabajo				
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral		No	96
Capacitación y educación				
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales		No	86-91
DERECHOS HUMANOS				
No discriminación				
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Principio 6	No	92
Libertad de asociación y negociación colectiva				
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	Principio 3	No	95
Trabajo infantil				
G4-HR5	Medidas preventivas y correctivas para evitar casos de trabajo infantil o adolescente en la empresa y en proveedores. Acciones para abolir la explotación infantil	Principio 5	No	93

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Trabajo forzoso				
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	Principio 4	No	92-94
Medidas de seguridad				
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones	Principio 1	No	35-38
SOCIEDAD				
Lucha contra la corrupción				
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	Principio 10	No	26-29
Prácticas de competencia desleal				
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas		No	73
Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social		No	35-38

APARTADO / INDICADOR		PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS				
Etiquetado de los productos y servicios				
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado		No	60
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes		No	62-64, 74
Privacidad de los clientes				
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes		No	62-64, 74

Contenidos del Suplemento GRI para servicios financieros

CONTENIDO FS	DESCRIPCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Aspecto Comunidades locales				
FS13	Puntos de acceso en áreas de baja población o con desventajas económicas, por tipo		No	56, 57, 65-67
Aspecto Portafolio de productos				
FS6	Porcentaje del negocio para líneas de negocio por regiones específicas, tamaño de empresas (pequeñas, medianas, grandes) y por sector		No	65-67
Aspecto Participación activa				
FS10	Porcentaje y número de compañías en el portafolio de la empresa con las que se ha interactuado en temas medioambientales y sociales		No	59

Indicadores propios de Pacífico Seguros

ASUNTO	DESCRIPCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA	PÁGINA
Pacífico-1	Atención y comunicación con corredores		No	70
Pacífico-2	Política de canales		No	73



