



REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
INTEGRADO
2017

RIMAC



RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS (GRI 102-5)

Domicilio Fiscal
Av. Paseo de la República N°3505, piso 11, San Isidro,
Lima, Perú. (GRI 102-3)

Toda comunicación referente al Reporte de Sostenibilidad
Integrado 2017 debe ser dirigida a la Subgerencia de
Sostenibilidad de RIMAC Seguros (GRI 102-53)
E-mail: rimacsostenible@rimac.com.pe

Elaborado por:
Avanza Sostenible
www.avanzasostenible.com



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| MENSAJE DEL GERENTE GENERAL | 9 |
| ACERCA DE NUESTRO REPORTE | 11 |
| NUESTRA EMPRESA | 17 |
| QUIENES SOMOS Y QUÉ HACEMOS | 17 |
| PRINCIPALES CIFRAS 2017 | 22 |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | 22 |
| GESTIÓN INTEGRAL DEL RIESGO | 24 |
| NUESTRA ESTRATEGIA | 27 |
| NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD | 27 |
| RELACIONÁNDONOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS | 29 |
| IMPACTO POSITIVO EN NUESTRA CADENA DE VALOR | 32 |
| GOBIERNO CORPORATIVO | 34 |
| DESARROLLO DIGITAL E INNOVACIÓN | 35 |
| LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN | 35 |
| CÓMO CREAMOS Y COMPARTIMOS VALOR | 37 |
| COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES | 37 |
| PROTEGIENDO LO QUE IMPORTA CON PREVENCIÓN | 41 |
| ASEGURANDO LA SATISFACCIÓN DE NUESTRA GENTE | 47 |
| TRABAJANDO CON NUESTROS ALIADOS ESTRATÉGICOS | 51 |
| CUIDANDO EL MAÑANA | 55 |
| PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS | 59 |
| ÍNDICE DE CONTENIDO GRI/PACTO MUNDIAL/ISO 26000/ODS | 61 |
| ANEXOS | 69 |

DESEMPEÑO ECONÓMICO
US\$ MM 1,090 EN VENTAS

DESEMPEÑO CON CLIENTES

CLIENTES MUY Y TOTALMENTE SATISFECHOS



91% con el servicio de Clínicas



89% con el servicio de Talleres

PROTEGIENDO LO QUE NOS IMPORTA CON PREVENCIÓN



12,812 personas evaluaron el riesgo de presentar enfermedades crónicas a través de la página web Prevención RIMAC

Avanzamos con la digitalización de nuestro negocio lanzando productos como el **SOAT digital** y el **Seguro digital** contra accidentes para niños y jóvenes

DESEMPEÑO HACIA LA COMUNIDAD

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA INTEGRAL "YO ME CUIDO"



Iniciativa pionera en promover una cultura en prevención entre las nuevas generaciones peruanas

RIMAC EN ACCIÓN DURANTE FENÓMENO DE EL NIÑO COSTERO

- Donación de 1 millón de soles en medicamentos
- Campaña de recaudación de fondos a favor de Caritas para la ejecución de proyectos de recuperación de zonas afectadas
- Apoyo de voluntarios en zonas afectadas y para clasificación de donaciones

DESEMPEÑO CON LOS COLABORADORES



- Fuimos considerados una de las empresas con mejor reputación, gestión del talento y responsabilidad social por MERCO
- Desplegamos 126 programas de capacitación en Management y Seguros, con un impacto de 29,043 horas lectivas en 1,118 colaboradores.
- Cerca de 2,000 colaboradores participantes de Voluntariado RIMAC

DESEMPEÑO CON CORREDORES

+ 1,200 corredores a nivel nacional

- Lanzamos nuestro programa de Alta Dirección y Gestión del Cambio
- Capacitaciones en seguros llegando a más de 350 corredores
- Lanzamos nuestra web de consulta a corredores

DESEMPEÑO CON PROVEEDORES A NIVEL NACIONAL



+ 700 Proveedores administrativos



+ 400 Proveedores de salud



Cerca de **100** Proveedores vehiculares

El 100% de contratos con proveedores contiene una cláusula de Responsabilidad Social.

CUIDANDO EL MAÑANA

Compensamos el 100% de emisiones de GEI generadas por el proceso de impresión y distribución de nuestras pólizas de seguros

Desarrollamos un Plan de Movilidad Urbana Sostenible para promover el transporte no motorizado hacia nuestras oficinas

Uso de papel blanco bond 100% ecológico en todas las oficinas de la empresa



Consumo de Agua
15,476 m³



Consumo de Papel
211,333 Kg.



Consumo de Energía
2,286.779 megawatts

Reducción del 6% respecto al año 2016
29,000 kg reciclados



“Brindamos a nuestros colaboradores las condiciones y recursos que permiten y facilitan un buen clima laboral”

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL (GRI 102-14)

Queremos compartir con ustedes el Reporte de Sostenibilidad Integrado 2017 de RIMAC Seguros con el fin de que conozcan cómo creamos valor para todos nuestros grupos de interés. Este reporte les brindará una visión holística de nuestra estrategia empresarial, nuestra gobernanza y nuestro desempeño en los temas económicos, medioambientales y sociales.

En el 2017 trabajamos en el diseño e implementación de una estrategia de sostenibilidad integral y transversal a las diversas áreas de nuestra empresa con la finalidad de posicionarnos como el aliado ideal para nuestros clientes en el logro de sus metas y, a la vez, reducir el impacto que las situaciones adversas pudiesen generar en el camino a conseguirlas.

Durante el primer cuatrimestre del año, nuestro país se vio impactado por el Fenómeno de El Niño Costero, con consecuencias de relevante magnitud: más de un millón de peruanos damnificados, US\$ 9 mil millones en pérdidas económicas y cerca de 15 mil siniestros reportados por el mercado asegurador.

Es en este contexto que pusimos a prueba nuestra capacidad de actuación y el compromiso hacia nuestros clientes atendiendo 2,368 siniestros y realizando pagos por US\$ 145 millones. Asimismo, demostramos nuestro compromiso ante la sociedad desplegando un plan de apoyo ante la emergencia en favor de las comunidades afectadas a nivel nacional, el cual benefició a centenares de familias peruanas. Estas acciones fueron reconocidas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, y por el Ministerio del Interior, los cuales nos entregaron la distinción de Empresa SOS. Esta es la evidencia más clara del cumplimiento de nuestro propósito: contribuir a un mundo con menos preocupaciones.

A pesar del contexto económico y político poco alentador para el Perú, el mercado de seguros mostró una leve recuperación respecto a la contracción del año 2016. Nuestra empresa se mantiene como líder del mercado asegurador peruano por más de 14 años consecutivos con una participación de 31.4%.

Nuestro objetivo es desarrollar relaciones profundas y permanentes con nuestros clientes a través de la construcción de un ambiente de tranquilidad para ellos y sus familias. Es así que durante el año 2017 ampliamos nuestra oferta de valor con el lanzamiento de nuevos productos como Cyber risk, Seguro Pyme, Seguro Agrario, Seguro de Accidentes Personales para Niños y Jóvenes, entre otros. Como mérito de nuestra gestión, fuimos reconocidos como una de las primeras empresas con mejor reputación y responsabilidad social del país según el prestigioso ranking MERCOR.

Garantizamos el liderazgo y solidez de nuestra empresa brindando a nuestros colaboradores las condiciones y recursos que permiten y facilitan un buen clima laboral. Además, durante el año pasado, contamos con 126 programas de capacitación en Management y Seguros, con un impacto de 29,043 horas lectivas en 1,118 colaboradores.

En RIMAC Seguros trabajamos de la mano con nuestros corredores y por ello durante el periodo 2017 realizamos 20 capacitaciones para 350 socios comerciales sobre los atributos y principales cambios en diferentes productos. A su vez, desarrollamos el Programa de Alta Dirección y Gestión del Cambio de la mano con la Universidad de Piura para nuestros principales socios, y presentamos mejoras en herramientas para la gestión de la cartera de clientes. Un ejemplo de estas es Culqui, la cual automatiza el cargo agilizando las cobranzas del corredor.

Nuestro crecimiento no sería posible sin el apoyo de nuestros proveedores administrativos y técnicos (vehiculares y de salud), los cuales siguen un riguroso proceso de selección y homologación en el que se evalúan criterios de sostenibilidad, que a su vez se traducen en proveedores más comprometidos con la mejora continua que promovemos.

Si bien nuestro impacto medioambiental no es significativo, en RIMAC Seguros seguimos compensando el 100% de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la impresión y distribución de nuestras pólizas de seguros a

nivel nacional. Esto lo logramos gracias a la compra de bonos de carbono emitidos por el Proyecto REDD+ de conservación de la Reserva Nacional de Tambopata. Asimismo, continuamos con el proceso de digitalización de nuestras pólizas y la creación de productos 100% digitales como el SOAT digital, el seguro de accidentes para niños y jóvenes, entre otros. Finalmente, en el año 2017 continuamos contribuyendo al programa Reciclame, cumple TU papel, con el reciclaje de más de 29,000 kilos de papel, los cuales permitieron financiar 89 becas para niños y niñas de los hogares de Aldeas Infantiles SOS. De otro lado, continuamos promoviendo una cultura de prevención a través del programa Yo me Cuido, el cual cuenta con el respaldo del Ministerio de Educación y de la UNESCO. A la fecha el programa ha llegado a 252 instituciones educativas y ha impactado en más de 58,300 estudiantes.

Asimismo, nuestro programa Voluntariado RIMAC generó la participación de cerca de 2000 colaboradores que apoyaron las diversas actividades en beneficio de la comunidad en temas relacionados a la prevención.

Desde ya agradecemos el interés por conocer con mayor detalle nuestras acciones y compromisos en nuestro Reporte de Sostenibilidad Integrado 2017, el cual es el primero en ser elaborado bajo los nuevos estándares del Global Reporting Initiative (GRI), siguiendo las directrices del Comité Internacional para Informes Integrados (IIRC) y alineado al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al 2030.


Max Chion
Gerente General

“Generamos valor a lo largo del tiempo”

1 ACERCA DE NUESTRO REPORTE

Este reporte de sostenibilidad integrado brinda información sobre la gestión económica, social y ambiental de RIMAC Seguros y, principalmente, comunica cómo generamos valor y garantizamos la sostenibilidad del negocio a nuestros accionistas, clientes, colaboradores y a la sociedad en general.

Dado que la subsidiaria RIMAC S.A. Entidad Prestadora de Salud (EPS) es otra persona jurídica con su propia estructura, no forma parte de este reporte. Sin embargo, es importante indicar que la exclusión de la información de esta subsidiaria no afecta la interpretación o comparabilidad de este documento con los futuros reportes.

Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial⁽¹⁾. En esta oportunidad, el reporte también está alineado a las directrices propuestas por el

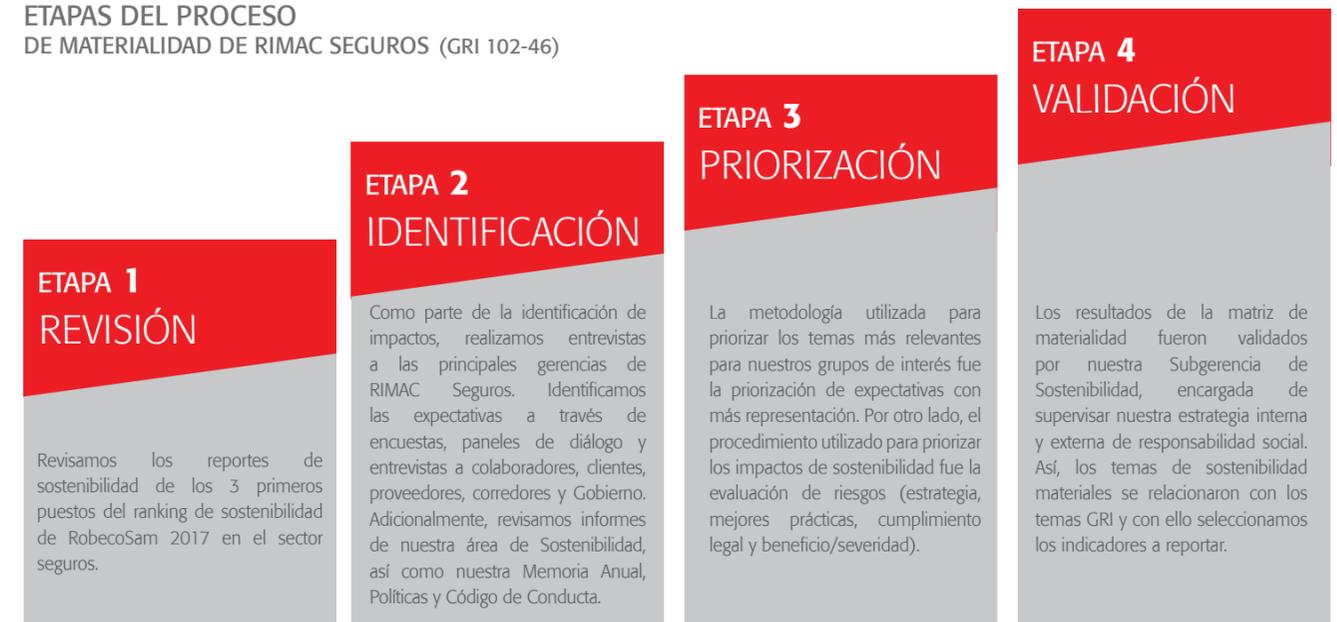
Comité Internacional para Informes Integrados (IIRC)⁽²⁾ con el objetivo de explicar a los proveedores de capital financiero cómo, en RIMAC Seguros, generamos valor a lo largo del tiempo. Elaboramos este reporte anualmente. El presente documento cubre el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017. (GRI 102-1) (GRI 102-3) (GRI 102-45) (GRI 102-48) (GRI 102-49) (GRI 102-50) (GRI 102-51) (GRI 102-52)

Igualmente, damos cuenta del compromiso que tenemos con la sostenibilidad evidenciando el trabajo realizado para la gestión de los 10 principios del Pacto Global, los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y los PIR (Principios de Inversión Responsable).

Temas Materiales Incluidos

En RIMAC Seguros consideramos como tema material cualquier asunto que tenga la capacidad de afectar la creación de valor de la empresa, bajo la mirada de la Compañía y de los grupos de interés. Durante el año 2017, realizamos un proceso de definición de los temas materiales, que incluyó temas sociales, ambientales, económicos y propios del sector asegurador. La metodología utilizada para determinar los temas materiales consistió en cuatro etapas: (GRI 102-46)

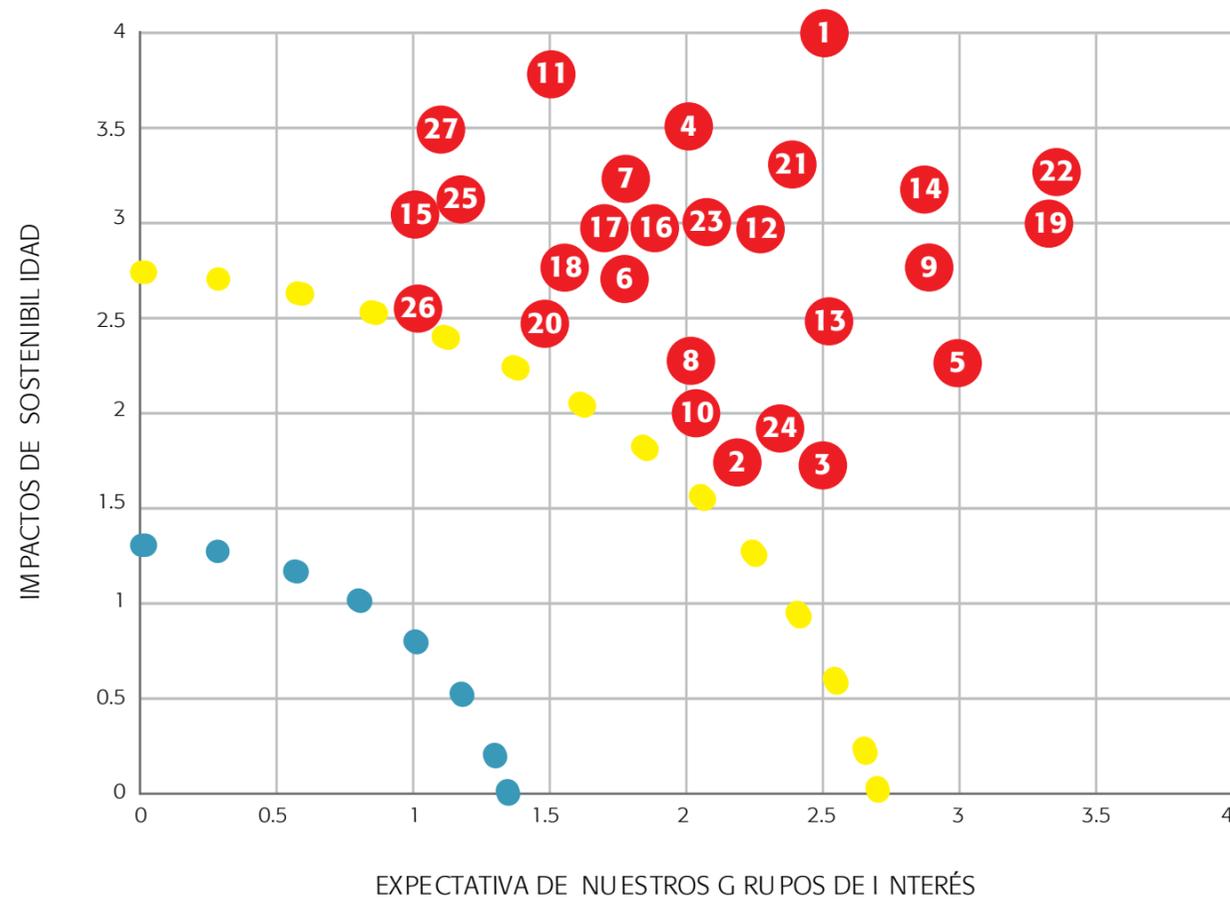
ETAPAS DEL PROCESO DE MATERIALIDAD DE RIMAC SEGUROS (GRI 102-46)



⁽¹⁾ Las ediciones correspondientes a los años 2013, 2014 y 2015 fueron elaboradas de acuerdo a las Guías G4 del GRI: opción "Exhaustiva", y la del 2016 de acuerdo a las Guías G4 del GRI: opción "Esencial"
⁽²⁾ Según el IIRC, el informe integrado es un documento conciso acerca de la estrategia, el Gobierno, el desempeño y las perspectivas de una organización, en el contexto de su ambiente externo, que llevan a la generación de valor compartido en el corto, mediano y largo plazo.

Como resultado de este proceso, identificamos los temas materiales a ser incluidos en el presente reporte. Su nivel de cobertura⁽³⁾ y grupos de interés relacionados se detallan en el siguiente gráfico: (GRI 102-46)

GRÁFICO DE MATERIALIDAD
RIMAC SEGUROS EN EL AÑO 2017 (GRI 102-46)



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

Detallamos a continuación los temas materiales incluidos en el presente reporte, su nivel de cobertura y grupos de interés relacionados: (GRI 103-1) (GRI-102-48)

| TEMAS MATERIALES (GRI 102-47) | | | | |
|-------------------------------|---|-------------------------|-----------------------------|--|
| | TEMA MATERIAL | ESTÁNDAR SERIE | COBERTURA (GRI 102-46) | GRUPOS DE INTERÉS |
| 1 | GRI 201: Desempeño económico | GRI 200: Economía | Cobertura interna | Accionistas |
| 2 | GRI 202: Presencia en el mercado | GRI 200: Economía | Cobertura interna | Colaboradores |
| 3 | GRI 203: Impactos económicos indirectos | GRI 200: Economía | Cobertura externa | Comunidad |
| 4 | GRI 205: Lucha contra la corrupción | GRI 200: Economía | Cobertura interna y externa | Colaboradores, clientes, proveedores y Gobierno |
| 5 | GRI 301: Materiales | GRI 300: Medio ambiente | Cobertura externa | Comunidad y medio ambiente |
| 6 | GRI 302: Energía | GRI 300: Medio ambiente | Cobertura externa | Clientes |
| 7 | GRI 303: Agua | GRI 300: Medio ambiente | Cobertura externa | Comunidad y medio ambiente |
| 8 | GRI 305: Emisiones | GRI 300: Medio ambiente | Cobertura externa | Comunidad y medio ambiente |
| 9 | GRI 401: Empleo | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 10 | GRI 402: Relaciones trabajador-empresa | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 11 | GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna y externa | Colaboradores y proveedores |
| 12 | GRI 404: Formación y enseñanza | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 13 | GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 14 | GRI 406: No discriminación | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 15 | GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Colaboradores |
| 16 | GRI 408: Trabajo infantil | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna y externa | Colaboradores y proveedores |
| 17 | GRI 409: Trabajo forzoso | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna y externa | Colaboradores y proveedores |
| 18 | GRI 412: Evaluación de derechos humanos | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna y externa | Colaboradores y clientes |
| 19 | GRI 413: Comunidades locales | GRI 400: Sociedad | Cobertura externa | Comunidad |
| 20 | GRI 414: Evaluación social de proveedores | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna | Proveedores |
| 21 | GRI 416: Seguridad y salud de los clientes | GRI 400: Sociedad | Cobertura externa | Clientes |
| 22 | GRI 417: Marketing y etiquetado | GRI 400: Sociedad | Cobertura externa | Clientes |
| 23 | GRI 419: Cumplimiento regulatorio socioeconómico | GRI 400: Sociedad | Cobertura externa | Colaboradores, clientes, proveedores, Gobierno y comunidad |
| 24 | Portafolio de productos | GRI 400: Sociedad | Cobertura interna y externa | Accionistas, colaboradores, clientes, comunidad y medio ambiente |
| 25 | Desarrollo digital e innovación | No GRI | Cobertura externa | Clientes |
| 26 | Comunicación con corredores | No GRI | Cobertura externa | Corredores |
| 27 | Gestión del riesgo | No GRI | Cobertura externa | Accionistas y clientes |

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

| CAPITALES | DEFINICIÓN | DÓNDE ENCONTRARLO |
|---|--|--------------------------------------|
|  <p>CAPITAL FINANCIERO</p> | <p>Está compuesto por los recursos financieros disponibles en nuestra Organización. Estos son obtenidos en la forma de productos y servicios ofrecidos a los clientes, tales como venta de seguros y asistencias complementarias en el caso de siniestros.</p> | <p>Pág. 22-23</p> |
|  <p>CAPITAL MANUFACTURADO</p> | <p>Está compuesto por los equipamientos e instalaciones físicas, tales como oficinas, agencias, canales de venta no tradicionales y el canal virtual, disponibles en nuestra Organización para el uso y venta de sus productos y servicios.</p> | <p>Pág. 18-20</p> |
|  <p>CAPITAL INTELECTUAL</p> | <p>Está compuesto por nuestra reputación de marca como RIMAC Seguros, por el conocimiento intelectual y por la capacidad de desarrollar nuevas tecnologías, productos y servicios acorde a las necesidades del cliente. Con ello se ha de lograr la sostenibilidad del negocio</p> | <p>Pág. 17-18, 21, 24-25, 35, 59</p> |

| CAPITALES | DEFINICIÓN | DÓNDE ENCONTRARLO ⁵ |
|--|---|---------------------------------|
|  <p>CAPITAL HUMANO</p> | <p>Está compuesto por nuestros colaboradores y sus competencias, capacidades, experiencias y motivaciones para innovar. Todo ello en base a los valores y principios éticos vigentes en nuestra Organización y a sus capacidades de liderazgo y colaboración.</p> | <p>Pág. 47-50, 69-72</p> |
|  <p>CAPITAL SOCIAL Y DE RELACIONES</p> | <p>Compuesto por la relación basada en la confianza y transparencia con nuestros accionistas, clientes, socios estratégicos, Gobierno y sociedad; la capacidad de compartir valor para mejorar el bienestar individual y colectivo.</p> | <p>Pág. 27-33, 37-47, 50-55</p> |
|  <p>CAPITAL NATURAL</p> | <p>Está compuesto por los recursos ambientales renovables y no renovables, utilizados o impactados por nuestro negocio, tales como el aire, el agua, la tierra y la biodiversidad.</p> | <p>Pág. 24-25, 55-58</p> |

“Trabajamos por un mundo con menos preocupaciones”



2. NUESTRA EMPRESA

¿Quiénes somos y qué hacemos?

(GRI 102-4)

Somos la empresa líder del mercado asegurador peruano. Formamos parte del Grupo Breca, conglomerado empresarial peruano con presencia internacional, fundado por la familia Brescia Cafferata hace más de 100 años. Hoy, en RIMAC Seguros, somos más de 3 mil colaboradores al servicio de nuestros clientes.

Nuestra solidez y respaldo financiero es reconocido por dos de las más importantes clasificadoras internacionales de riesgo: Moody's Investors Service y Fitch Ratings, que nos han otorgado la máxima categoría obtenida por una empresa de seguros en el Perú. Somos una empresa con operaciones en los ramos generales, salud y vida, que cuenta con dos calificaciones de grado de inversión internacional

De igual manera, contamos con la calificación A+ de dos importantes clasificadoras de riesgo nacionales: Equilibrium y Apoyo & Asociados Internacionales. Todo ello, gracias a nuestra considerable variedad de productos y servicios y a nuestra disposición para satisfacer a los clientes a través de una atención de calidad y un gran respaldo financiero. Estos méritos nos han hecho alcanzar la más alta participación del mercado asegurador en los últimos años.



Nuestros Productos y Servicios (GRI 102-2)

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

SEGUROS PARA EMPRESAS:

- Seguros para el personal
- Seguros a través de convenios
- Seguros para riesgos generales

SEGUROS PARA PERSONAS:

- Seguros de salud
- Seguros de vida
- Seguros vehiculares/SOAT
- Seguros para jubilados
- Seguros domiciliarios

Como parte de nuestros servicios, en RIMAC Seguros ofrecemos asistencias complementarias a nuestros clientes a través de proveedores técnicos. Por ejemplo, además de cubrir el costo causado por un siniestro, — como la reparación de un vehículo tras un accidente, los gastos de hospitalización de un paciente o el costo de la reconstrucción de una casa dañada por un incendio— ofrecemos asistencia complementaria

como los servicios subcontratados de grúa, asistencia de viajes, servicio de cerrajería, servicio de chofer de reemplazo, entre otros. En el periodo 2017, los clientes utilizaron la asistencia complementaria en más de 400 mil casos.

Presencia en el Perú (GRI 102-6)

El liderazgo de RIMAC Seguros en el Perú no solo se basa en nuestros productos sino en nuestra capacidad para ofrecerlos en varias zonas a nivel nacional. Y es que ofrecemos servicios de manera directa, a través de nuestra red de agencias y nuestra fuerza de ventas.

PRESENCIA DE RIMAC SEGUROS A NIVEL NACIONAL



| NÚMERO Y TIPO DE ASISTENCIA COMPLEMENTARIA | | | |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|
| Tipo de Asistencia Complementaria | Casos en el Año 2015 | Casos en el Año 2016 | Casos en el Año 2017 |
| Consulta médica a domicilio | 97,969 | 99,679 | 89,872 |
| Orientación médica telefónica | 100,235 | 98,058 | 90,358 |
| Unidad médica de emergencia | 25,241 | 30,256 | 29,237 |
| Traslados entre clínicas | 3,939 | 3,589 | 3,818 |
| Reporte de siniestros vehiculares / procurador | 73,078 | 74,460 | 76,708 |
| Reporte de siniestros SOAT | 8,527 | 7,688 | 9,354 |
| Auxilio mecánico | 36,848 | 41,609 | 45,644 |
| Grúa | 28,089 | 31,447 | 36,962 |
| Conductor de reemplazo | 12,487 | 13,739 | 15,532 |
| Reporte de siniestros de riesgos generales | 1,819 | 1,259 | 2,095 |
| Asistencia en viajes | 133 | 266 | 165 |
| Sepelio | 96 | 142 | 237 |
| Evacuaciones | 138 | 117 | 102 |
| Delivery de medicinas | 8,901 | 11,393 | 14,109 |
| TOTAL | 397,500 | 413,702 | 414,193 |

Canales de distribución

Llegamos a diferentes segmentos de la población, a lo largo de todo el Perú, gracias a nuestra extensa red de comercialización de productos y servicios a través de múltiples canales:



Corredores y Agentes

Es un canal muy importante de distribución en Lima y provincias. En el año 2017 nuestra gestión estuvo enfocada en proporcionar herramientas de gestión para nuestros socios de negocios. Es así que lanzamos nuestro programa de Alta Dirección y Gestión del Cambio en conjunto con la Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, con la participación de 38 corredores y agentes. Asimismo, continuamos con nuestras capacitaciones en seguros llegando a más de 350 agentes durante todo el 2017 y lanzamos nuestra web de consultas a corredores.



Canal Digital

Este canal creció 49% respecto al año 2016, principalmente impulsado por seguros para vehículos y SOAT digital. En el caso del SOAT digital, las ventas se realizaron por vía virtual en un 100%, sin requerir la intervención de otros canales. Logramos digitalizar todo el journey de emisión por completo.



Canales No tradicionales

En el frente de Bancaseguros y Retail, lideramos el mercado con la red de comercialización más grande del país a través del sector financiero (bancos, cajas, financieras y leasing) y comercial (tiendas por departamento, supermercados, concesionarios, servicios públicos, entre otros). En el año 2018 nos enfocaremos en consolidar nuestra propuesta en canales alternativos así como impulsar en nuestros canales los productos digitales. Seguiremos fomentando relaciones a largo plazo con nuestros socios que nos permitan desarrollar el canal y asegurar la creación de valor para ambas partes.



Fuerza de Ventas y Canal Directo

La Fuerza de Ventas y Canal Directo continuó con un crecimiento importante en primas y con la mejora de sus ratios de eficiencia, convirtiéndose en el canal de ventas del segmento personas que más creció gracias a la profesionalización, la capacitación continua de los asesores y el despliegue de herramientas tecnológicas, que permiten su movilidad. Esto último se refiere a que a través de las tablets se puede cotizar y emitir en línea, generando una experiencia positiva de servicio a nuestros clientes.

Gestión Estratégica en el año 2017

(GRI 102-10)

En un entorno de moderada recuperación de la economía, al igual que en el sector asegurador, nuestro crecimiento ha sido menor a lo esperado. Asimismo, la competitividad se ha sostenido a lo largo del año en todos los frentes de negocio, con presión en precios y poniendo en riesgo la sostenibilidad de nuestra rentabilidad. Aun así, hay una gran oportunidad de penetrar en nuevos segmentos dentro de los niveles socioeconómicos B y C así como en empresas medianas y PYMES.

Para hacer frente a este desafío, hemos reestructurado nuestra organización, creando nuevas áreas que ayudarán a obtener mejores retornos y ofrecer mayor valor al cliente (Pricing, Data & Analytics e Innovación) y fortaleciendo otras que darán el soporte necesario a los negocios, flexibilizando y mejorando nuestros sistemas y procesos (Operaciones y Tecnología).

El nuevo proceso de pricing tendrá como objetivo identificar las oportunidades de mejora en el precio de los productos para determinar la hoja de ruta que permitirá capitalizar las oportunidades en el corto, mediano y largo plazo.

En 2017, lanzamos al mercado nuevos productos corporativos: Cyber Risk, Seguro Pyme, Responsabilidad Civil para Drones y Seguro Agrario. Asimismo, lanzamos nuevos productos para personas: Vida Préstamo Seguro, Vida Emprendedor, Vida Tranquilidad, Domiciliario a tu Medida y Vehicular Dealer. Además, desplegamos 2 productos digitales: SOAT y Accidentes Personales para Niños y Jóvenes. En RIMAC Seguros buscamos innovar, construyendo desde los conceptos "previsor" y "simple" como atributos diferenciadores de nuestros seguros,

promoviendo el bienestar, siendo claros con la información, transparentes y sin barreras de uso a través de coberturas más acotadas.

Asimismo, generamos alianzas estratégicas de largo plazo con bancos y canales no tradicionales, las cuales incluyen el desarrollo de productos que se adecúen a sus necesidades.

Una de las bases más relevantes en nuestra estrategia —y que impacta en nuestra cadena de suministros— es la digitalización de los negocios, que nos permitirá llegar a más clientes de una manera más eficiente y eficaz. En el año 2017 dimos inicio a este proceso con la venta del SOAT a través de nuestras app y web. Adicionalmente, ampliamos la red de distribución en 120,000 puntos nuevos con Red Digital con lo cual hemos logrado vender de manera digital el 10% de la venta total de dicho producto. Adicionalmente, implementamos cambios en el modelo de negocio de seguros vehiculares, ya que ahora los clientes pueden hacer su inspección virtual sin depender de una visita para inspección física, y también hemos incorporado servicios digitales en la atención del siniestro. Como parte de este pilar estratégico, en RIMAC venimos trabajando en iniciativas de autogestión que empezarán a implementarse durante el ejercicio 2018 y que permitirán otorgar herramientas y/o plataformas web a los clientes y corredores e intermediarios.

Por último, cabe señalar que en el mercado de rentas vitalicias mantenemos las oportunidades de capturar los excedentes de capital. A ello avocamos nuestro nuevo producto de ahorro —Vida Pensión Segura (VPS)—, el cual logró buenos resultados manteniendo un buen posicionamiento en el nuevo mercado de renta particular.

PRINCIPALES ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS (GRI 102-13)

| ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES |
|--|
| Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (Confiep) |
| Bolsa de Valores de Lima (BVL) |
| Asociación Peruana de Buenos Empleadores (ABE-Amcham) |
| Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg) |
| Programa de Inversión Responsable (PIR) |
| Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comexperú) |
| Transparencia Perú |

| CÁMARAS Y GREMIOS |
|---|
| Asociación Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (Apecose) |
| Cámara de Colombia. |
| Cámara de La Libertad. |
| Cámara de Huancayo |
| Cámara de Lambayeque |
| Instituto Peruano de Economía (IPE) |
| Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) |
| Cámara de Comercio Peruano-Chilena |
| Cámara de Comercio Canadá-Perú |
| Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM) |
| Cámara de Comercio Peruano China (Capechi) |
| Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú (Cocep) |
| Cámara de Comercio de Lima |

Principales Cifras (GRI 102-7)

| PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS | | | |
|---|----------|----------|----------|
| | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
| Ventas en millones de dólares | 1,173 | 1,047 | 1,090 |
| Riesgos generales | 634 | 549 | 537 |
| Salud y accidentes | 104 | 104 | 116 |
| Vida | 436 | 394 | 437 |
| Activos totales (en millones de dólares) | 3,172 | 3,412 | 3,841 |

| CAPITALIZACION TOTAL | 2015 USD MM | % | 2016 USD MM | % | 2017 USD MM | % |
|--------------------------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| Total de pasivos | 2,788 | 88% | 2,936 | 86% | 3,312 | 86% |
| Total de patrimonio | 384 | 12% | 476 | 14% | 529 | 14% |
| Total de pasivos y patrimonio | 3,172 | 100% | 3,412 | 100% | 3,841 | 100% |

Desempeño Económico

Durante el periodo 2017, en RIMAC Seguros continuamos superando importantes desafíos y retos dentro de un contexto económico y político poco alentador para el Perú. El año 2017 continuó mostrando mercados de consumo "tímidos", sin una reactivación de la inversión y sin un crecimiento en la formalización de negocios y empleo.

Si bien todo esto impacta en el sector asegurador, en el Perú aún contamos con uno de los porcentajes más bajos de penetración de seguros en la región con 1.7% en primas por PBI. Por otro lado, ya se observa una leve recuperación del mercado al cierre de 2017, a diferencia del año 2016 que mostró una contracción después de varios años de crecimiento a doble dígito.

En RIMAC Seguros proseguimos con el plan de consolidar el negocio y hacerlo más rentable manteniendo un amplio liderazgo en el mercado asegurador. Así, el año 2017 terminó para nosotros con una participación de 31% sobre las primas.

Durante el año 2017, los ingresos por primas alcanzaron US\$1,090 millones, es decir, 4% más que en el año 2016. Sin embargo, obtuvimos un impacto negativo en el negocio más grande que corresponde a Riesgos Patrimoniales, el cual tuvo una contracción de 5% con respecto al ejercicio anterior, debido a la paralización de grandes obras de infraestructura en el país. Por otro lado, durante el periodo 2017 hubo impactos positivos en los negocios de Seguros de Vida, de Salud y el SOAT con crecimientos de 9%, 12% y 19%, respectivamente. Por el lado de rentas vitalicias,

lanzamos nuestro nuevo producto, Vida Pensión Segura, con el objetivo de captar la oportunidad existente en el mercado (dado el cambio de ley en el año 2016) y obtuvimos buenos resultados.

Si bien el resultado técnico terminó por debajo de lo esperado —con -5% del presupuesto designado para el lapso 2017— este decrecimiento fue resultado del impacto del fenómeno de El Niño Costero. Con respecto al gasto, este se incrementó en un 11% debido a la mayor amortización de software en proyectos de tecnología, así como a mayores gastos de personal. El resultado fue una utilidad neta de US\$35 millones, monto que es 45% inferior al resultado del año 2016.

VALOR ECONÓMICO GENERADO A LOS GRUPOS DE INTERÉS (GRI 201-1)

| VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (EN MILLONES DE DÓLARES) | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos netos por primas | 1,173.4 | 1,047.0 | 1,090.5 |
| Ingresos financieros | 134.7 | 134.5 | 129.1 |
| TOTAL INGRESOS | 1,308.1 | 1,181.8 | 1,219.6 |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (EN MILLONES DE DÓLARES) | | | |
| Clientes | | | |
| Pago a clientes por siniestros + ajustes de reservas técnicas + comisiones pagadas + ajustes de gastos técnicos | 1,075.8 | 963.7 | 1,030.9 |
| Saldo | 232.3 | 218.1 | 188.7 |
| Clientes | | | |
| Pago a clientes por siniestros + ajustes de reservas técnicas + comisiones pagadas + ajustes de gastos técnicos | 77.3 | 73.3 | 79.5 |
| Costes Operativos | | | |
| Gastos de personal + Gastos administrativos + depreciación y amortización | 77.3 | 73.3 | 79.5 |
| Colaboradores | | | |
| Salarios | 52.8 | 47.3 | 61.2 |
| Beneficios sociales | 33.0 | 30.7 | 27.3 |
| Gobierno | | | |
| Pago de impuestos | 1.2 | 3.4 | 1.5 |
| Comunidad | | | |
| Inversiones en la comunidad, donaciones deducibles y no deducibles | 0.2 | 0.1 | 0.1 |
| Accionistas | | | |
| Dividendos | 17.3 | 13.1 | 16.4 |
| EGRESOS TOTALES | 1,257.6 | 1,131.6 | 1,216.9 |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER) | 50.5 | 50.2 | 2.7 |

Gestión Integral del Riesgo

Nuestra gestión de riesgos se encuentra enmarcada en estándares locales e internacionales, así como en las normas regulatorias aplicables, tales como el Reglamento de Gobierno Corporativo y de la Gestión Integral de Riesgos de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Por ello, nuestra dinámica de trabajo se encuentra fundamentada alrededor de procesos que rigen el ambiente interno, el establecimiento de objetivos, la identificación de riesgos, la evaluación, la respuesta, el control, la información, la comunicación y el monitoreo.

Hemos centrado los objetivos generales en definir y desarrollar políticas y metodologías de identificación y evaluación de los riesgos de mercado, de crédito, técnicos y operacionales. Asimismo, nos esforzamos en definir los escenarios de estrés respecto de los principales riesgos que enfrentamos como empresa, así como la metodología de análisis para cada uno:

• Gestión de Riesgos de Mercado y Crédito: Identificamos, medimos, analizamos, monitoreamos y controlamos, los riesgos de mercado, crédito y liquidez del portafolio de inversiones de nuestra Compañía. Proponemos e implementamos modelos, indicadores, escenarios de estrés y metodologías de backtesting a los parámetros que los sustentan. Evaluamos y damos seguimiento a las posiciones sujetas a riesgo de mercado, crédito y liquidez utilizando distintos sistemas de medición.

• Gestión de Riesgos Operacionales: Proponemos políticas, procedimientos y metodologías apropiados para la gestión de riesgo operacional en nuestra compañía, asignando roles y responsabilidades. Realizamos la gestión de los riesgos operacionales identificando

y cuantificando los riesgos; posteriormente monitoreando la implementación de controles que los mitiguen o reduzcan su impacto y elaborando los respectivos informes.

• Gestión de Continuidad del Negocio: Proponemos políticas, procedimientos y metodologías para la gestión de la continuidad del negocio en nuestra Compañía, asignando roles y responsabilidades, y estableciendo los lineamientos para garantizar una adecuada gestión. Aseguramos una gestión de continuidad del negocio competente y efectiva, integrada a nuestra cultura organizacional.

• Gestión de Seguridad de la Información y Riesgo Tecnológico: Proponemos políticas, procedimientos y metodologías para la gestión de seguridad de la información que manejamos en RIMAC Seguros. Garantizamos el mantenimiento del sistema de gestión de seguridad de la información.

• Gestión de Riesgos Técnicos: Definimos y damos mantenimiento a la política de riesgos técnicos de la entidad. Precisamos y desarrollamos las metodologías de identificación y evaluación de riesgos técnicos de seguros. Además, evaluamos los requerimientos patrimoniales de estos riesgos en el marco de la regulación vigente.

Gestión del Riesgo frente al Cambio Climático (GRI 201-2)

En RIMAC Seguros, año a año, hemos venido adoptando medidas para contrarrestar las consecuencias negativas del cambio climático en los riesgos de deslizamiento, lluvia e inundación, los cuales impactan de manera directa en los índices de siniestralidad. Entre estas medidas se incluyen la elaboración del mapa de riesgos por zona geográfica, la identificación de riesgos asegurados en zonas críticas y la revisión de nuestra Política de Suscripción. Como segunda etapa, a fines del año 2017 iniciamos el proyecto

scoring de riesgos de la naturaleza, que consiste en una herramienta web que permite identificar, a partir de una georreferencia, los riesgos asociados frente a fenómenos de la naturaleza: terremotos, tsunamis, huaycos, entre otros. Con ello podremos solicitar medidas preventivas y condiciones de suscripción más acordes a la realidad de cada cliente.

Por otro lado, contamos con un área de Ingeniería y Prevención que cuenta con un programa de inspecciones periódicas que entrega recomendaciones específicas frente a fenómenos de la naturaleza por cliente, según su ubicación y configuración de su predio.

Desde el año 2015 habilitamos el sitio www.prevencionrimac.com, en cuya sección Riesgos Patrimoniales se puede encontrar información respecto a fenómenos como El Niño, La Niña, terremotos y otros riesgos asociados, así como un artículo muy completo respecto a qué hacer para prevenir los daños derivados de lluvias inusuales.

Este año habilitamos una sección denominada Forecast, de acceso libre, que permite a los clientes y público en general tener información de manera anticipada sobre posibles impactos climatológicos en todo el Perú.

Adicionalmente, en el año 2017, realizamos el seminario Cambio Climático y Gestión de Prevención en las empresas, el cual se desarrolló en las ciudades de Lima, Piura, Trujillo y Arequipa, con la presencia de los principales clientes corporativos y empresariales. El objetivo del seminario fue brindar información sobre los riesgos y consecuencias del cambio climático, el impacto de estos en la economía, casos de éxitos en empresas, y el proceso de reconstrucción.

Cabe destacar, además, que durante el año establecimos alianzas a través de nuestro programa Yo me Cuido con el fin de desplegar iniciativas que contribuyan con la gestión de

riesgo de desastres naturales en el país. Por un lado, lanzamos el cuento infantil Aprendiendo a Cuidarme ante Emergencias y Desastres, desarrollado en alianza con el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI); este incluye tres historias que buscan promover actitudes preventivas ante emergencias como lluvias intensas, huaycos, sismos y tsunamis. De otro lado, firmamos una alianza con la organización internacional Save the Children, a través de la cual apoyamos con diversos contenidos y capacitaciones de educación en prevención a los proyectos de gestión del riesgo que mantiene esta ONG en Carabaylo y en la zona de emergencia del norte del país.

Debido a la emergencia presentada debido a El Niño Costero, las indemnizaciones causadas por lluvias e inundaciones durante el periodo 2017 fueron de US\$295.3 millones, cifra muy superior a la registrada en el periodo 2016 cuyo monto fue de US\$3.8 millones. A partir de ello, adecuamos la estructura de reaseguro a un esquema que nos permita gestionar de una manera más eficiente este riesgo.

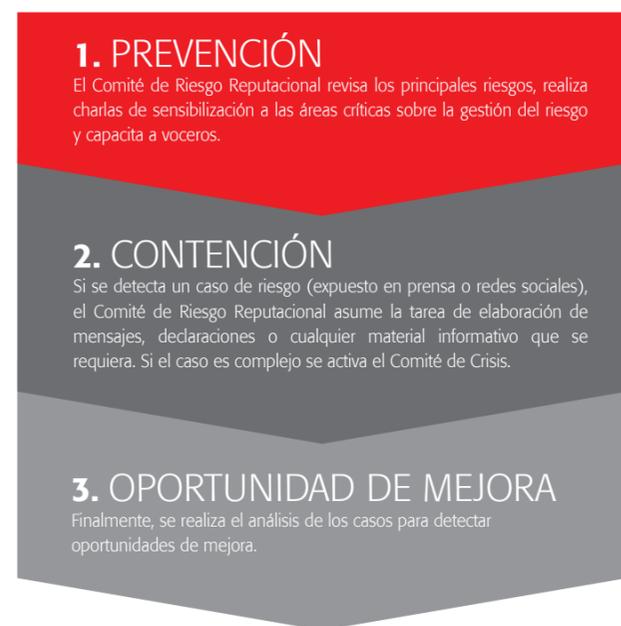
En cuanto al impacto del cambio climático sobre nuestras operaciones, existen otros escenarios de posibles desastres a tomar en cuenta: terremotos, inundaciones, tsunamis, entre otros. Si se presentara un escenario catastrófico, se elevarían masivamente los reclamos de los clientes en todos los ramos, por lo que hemos definido como prioridad de nuestra estrategia de recuperación la atención médica y la indemnización de los siniestros.

Para garantizar una resiliencia en las operaciones, tenemos Planes de Continuidad de Negocio para todos nuestros procesos críticos. Dentro de estos planes se contempla la conformación de un equipo de respuesta ante este tipo de desastres, el cual abordaría y gestionaría los problemas estratégicos, tácticos y operativos derivados del evento de interrupción. El objetivo primordial es limitar el daño, aumentar la confianza de

los grupos de interés y reducir los costos y los tiempos de recuperación. Durante el ejercicio 2017 llevamos a cabo alrededor de 20 ejercicios de continuidad de nuestras operaciones, poniendo a prueba las estrategias de recuperación de procesos críticos en más de una oportunidad.

Manejo del Riesgo Reputacional

Nuestra gestión del riesgo reputacional consta de 3 etapas: Nuestra gestión de riesgo reputacional es informada a la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)



como parte de nuestro Plan de Acción de Riesgo. Respecto a los mecanismos de medición para mantener o cuidar la reputación, hemos puesto especial énfasis en la prevención para poder detectar y monitorear oportunamente cualquier situación de riesgo. En el año 2017 el punto de partida para abordar estos temas fue la Estrategia de Buen Gobierno Corporativo, siendo uno de sus pilares la neutralización de los riesgos reputacionales. Así, durante el año conformamos el Comité de Riesgo Reputacional, el cual inició en enero con 63 casos, de los cuales 6 eran críticos. De enero a noviembre disminuyeron en 80% los casos de riesgo reputacional. Lo logramos a través del seguimiento activo de los casos mes por mes, del acercamiento directo a los involucrados, con trabajo en equipo y con el compromiso de nuestros líderes por cerrar los casos a la brevedad para evitar el aumento de su criticidad. Al cierre de noviembre mantenemos únicamente 13 casos a resolver, ninguno de ellos crítico.

“Contribuimos a los objetivos de desarrollo sostenible”



3. NUESTRA ESTRATEGIA

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad

En RIMAC Seguros mantenemos un compromiso de largo aliento con la sostenibilidad de nuestro negocio y entorno, y trabajamos con convicción por llevarle un mundo con menos preocupaciones a nuestros distintos grupos de interés.

Para lograrlo, adoptamos la Guía ISO 26000 como principal herramienta para nuestra gestión de sostenibilidad. Asimismo, formamos parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, cuyo fin es contribuir a la formación de una sociedad más justa para todos y que promueve la inclusión de criterios de desarrollo sostenible en temas como derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción en la gestión empresarial.

Cabe señalar, además, que contamos con una Política de Responsabilidad Social y con una Subgerencia de Sostenibilidad que asegura la aplicación de estas estrategias. Asimismo, en el año 2016, entró en vigencia la Política de Relaciones con Grupos de Interés y Gestión de Conflictos de Interés cuya finalidad es plasmar nuestro compromiso con los grupos de interés, con el fin de mantener un trato cercano a lo largo del tiempo y formar un vínculo sostenible con ellos.

Durante el año 2017 trabajamos en el diseño e implementación de una estrategia de sostenibilidad integral y transversal a las diversas áreas de nuestra empresa. Esta estrategia, alineada a estándares internacionales de la renombrada consultora de sostenibilidad Futerra y a los lineamientos de sostenibilidad del Grupo Breca, busca posicionar a nuestra empresa como el aliado ideal para que las personas puedan cumplir con sus metas siendo respaldados por RIMAC para reducir el impacto que las situaciones adversas pudiesen generar en el camino a conseguirlas.

De este modo, alineamos nuestra estrategia de sostenibilidad a la estrategia de la compañía

generando un valor agregado en los siguientes objetivos:

- Construir atributos de **simplicidad y agilidad**
- Generar **confianza y compromiso** en nuestros clientes
- Desarrollar productos, servicios y modelos de atención de **seguros más democráticos**
- Contribuir con la **protección de las personas**

y **patrimonios** más importantes para nuestros grupos de interés

- Promover una **cultura de protección del medio ambiente, prevención de desastres, hábitos saludables e inversiones sostenibles.**

Finalmente, cada una de nuestras iniciativas de sostenibilidad persigue, además, contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por las Naciones Unidas de cara al año 2030. Por ello, enfocamos nuestro trabajo en los siguientes ODS:



OBJETIVO 1:
Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
Fomentamos actividades de voluntariado que buscan mejorar la calidad de vida de comunidades vulnerables alrededor del país.



OBJETIVO 3:
Garantizar una vida sana y promover el bienestar.
Desarrollamos diversas iniciativas de educación en prevención para promover la salud y bienestar entre nuestros grupos de interés.



OBJETIVO 4:
Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad.
Nuestro programa integral Yo me Cuido desarrolla estrategias para mejorar la comprensión y fluidez lectora y capacita a docentes y padres de familia en educación en prevención.



OBJETIVO 11:
Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean sostenibles.
Nuestro programa de voluntariado en alianza con Techo Perú interviene en diversas comunidades vulnerables de Lima Metropolitana mejorando su infraestructura y dictando talleres a sus vecinos en temas de prevención de desastres, primeros auxilios, seguridad vial, salud y nutrición.



OBJETIVO 13:
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
Medimos nuestra huella de carbono y realizamos diversas acciones para minimizarla.



OBJETIVO 17:
Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.
Desarrollamos diversas alianzas para incrementar positivamente nuestro impacto social y ambiental.

El detalle de estas iniciativas se menciona en el capítulo 4.

Ética y conducta en RIMAC Seguros (GRI 102-16)

En RIMAC Seguros contamos con un Código de Conducta que reúne las normas básicas que rigen la actuación diaria de nuestros colaboradores, dentro de un marco que fomenta y pone en práctica estándares internacionales de ética y conducta, tanto entre nuestros miembros como con terceros.

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

La ejecución de nuestro Código y la revisión permanente de estos temas está a cargo del Comité de Cumplimiento de RIMAC, con la activa participación de sus integrantes: el Gerente General, el Vicepresidente Ejecutivo de Gestión y Desarrollo Humano, el Vicepresidente Ejecutivo de Legal y Regulación, el Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Control de Riesgos y el Auditor General, quien además ocupa el cargo de secretario del comité.

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

Asimismo, nuestro Código de Conducta contempla un mecanismo de reporte de prácticas no éticas denominado Canal de Integridad.

Con esta herramienta confidencial y privada, los colaboradores pueden informar, de manera anónima y responsable, sus preocupaciones acerca de situaciones que consideren contrarias a lo indicado en el código. Para garantizar su independencia, el Canal de Integridad es operado por E&Y, empresa independiente y especializada que se encarga de las asesorías relacionadas con los asuntos que requiera el Comité de Cumplimiento.

Inversiones Responsables (GRI 102-11) (GRI 102-12) (GRI 412-3) (FS1) (FS2) (FS3)

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

Las Políticas de Inversiones son propuestas por el Vicepresidente Ejecutivo de Inversiones al Comité de Inversiones y deben ser aprobadas por este último, por el Comité Integral de Riesgos y por el Directorio. En el proceso de identificación de alternativas de inversión se sigue un proceso riguroso en el cual no sólo se analizan los aspectos cuantitativos de los emisores sino también los cualitativos. En RIMAC Seguros no invertimos en empresas que incumplan cualquier norma local o internacional.

Desde el año 2016, formamos parte del Programa de Inversión Responsable (PIR), una entidad sin fines de lucro que busca promover la inversión responsable y sostenible articulando a los diferentes actores financieros mediante el desarrollo de capacidades e intercambio de experiencias; la elaboración de herramientas y estudios; y la contribución en el desarrollo de políticas públicas. Así, formamos parte del subgrupo enfocado en el desarrollo de indicadores bajo los criterios medioambiental, social y de gobierno corporativo (ASG) para los emisores en el mercado local. Durante el 2017,

Max Chion, Gerente General de nuestra firma, se sumó al Consejo Directivo del PIR, manifestando así nuevamente nuestro compromiso con la adopción y difusión de los principios de inversión responsable en el país.

Nuestra gestión de activos se ejecuta bajo un marco que considera los criterios ASG como parte del análisis de inversión en la toma de decisiones, principalmente en sectores sensibles como minería, energía, servicios públicos, forestal, entre otros.

| PRINCIPALES RIESGOS A MONITOREAR POR SECTOR | |
|---|---|
| ENERGÍA | <ul style="list-style-type: none"> Derechos humanos Explotación ilegal de recursos Impacto negativo ambiental y / o social |
| MINERÍA | <ul style="list-style-type: none"> Derechos humanos Explotación ilegal de recursos Impacto negativo ambiental y / o social Explotación laboral o inadecuada protección a los trabajadores |
| FORESTAL | <ul style="list-style-type: none"> Explotación forestal ilegal Emisión de gases de efecto invernadero Impacto negativo ambiental y / o social |

Así, en RIMAC Seguros no realizamos inversiones en sectores altamente sensibles como defensa, explosivos, juegos de azar o aquellos que realizan pruebas en animales.

A diciembre de 2017, el 85% de los emisores en los cuales invertimos monitorean los criterios ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo.

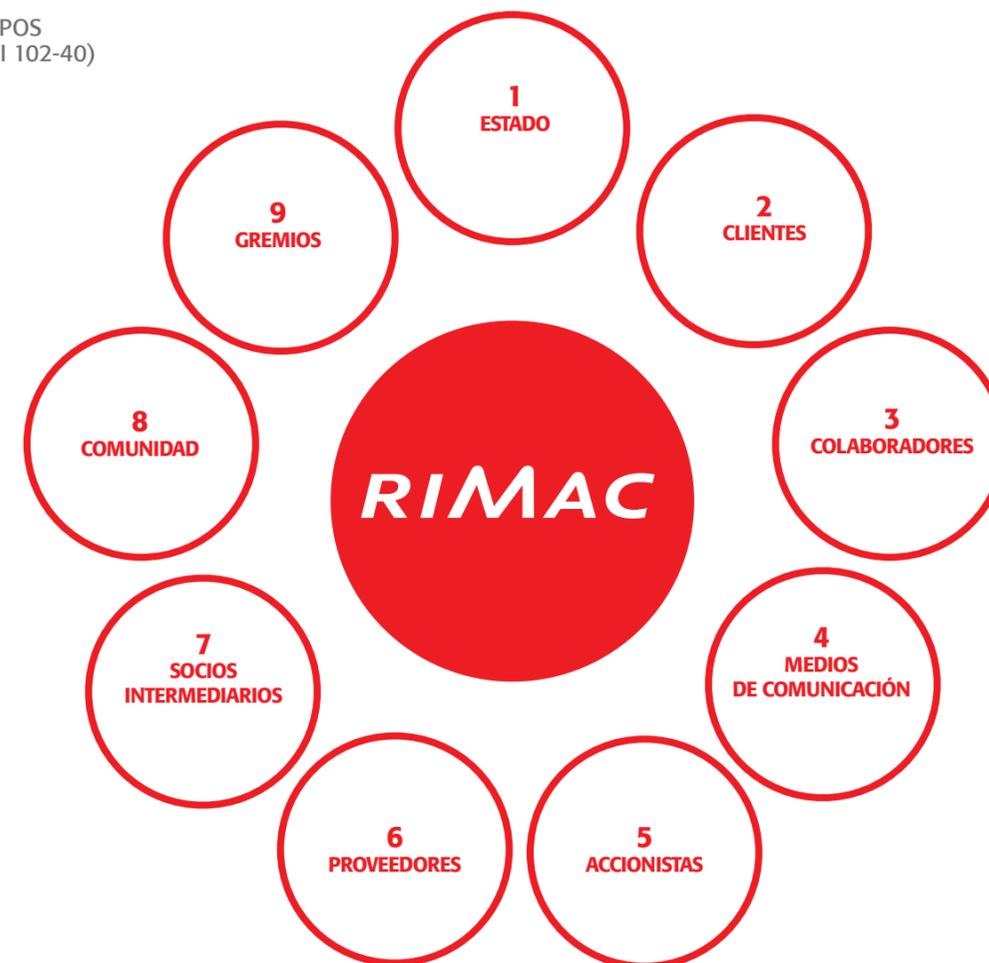
Respecto a nuestra posición en cuanto a Gobiernos, en RIMAC Seguros no invertimos en países que tienen un registro pobre de derechos humanos o cuya principal actividad económica genera perjuicio a la sociedad o el ambiente. Como parte de la toma de decisiones de inversión identificamos, evaluamos y monitoreamos los riesgos continuamente.

Relacionándonos con nuestros Grupos de Interés (GRI 102-42)

En RIMAC Seguros realizamos un mapeo de grupos de interés cada tres años, liderado por las gerencias encargadas del relacionamiento con

cada uno de ellos. Durante el año 2017 realizamos un estudio de expectativas y percepciones con nuestros grupos de interés, paneles con nuestros corredores y proveedores de salud y vehicular, entrevistas con los representantes del Gobierno y encuestas con nuestros clientes y colaboradores. Este estudio nos permitió conocer las principales expectativas de información de nuestros grupos de interés y alinear nuestra estrategia con sus principales demandas.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS (GRI 102-40)



RELACIONAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (102-43) | |
|---|---|
| Grupo de Interés | Iniciativas de Participación |
| Estado | <ul style="list-style-type: none"> Apoyo a la campaña #UnaSolaFuerza en respuesta a la emergencia nacional surgida por el fenómeno de El Niño. Gracias a este soporte, recibimos el reconocimiento de Empresa SOS por parte del Ministerio del Trabajo y del Ministerio del Interior. Firma de Acuerdo Marco de Cooperación Interinstitucional con el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo a través de su programa Perú Responsable. Convenio de Cooperación Interinstitucional con el Ministerio de Educación para el programa Yo me Cuido. Convenio de cooperación Interinstitucional con la UGEL 3 |
| Clientes | <ul style="list-style-type: none"> Estudio Personas 2017: encuestas de satisfacción respecto a los servicios brindados por determinados procesos o canales. NPS 2017: Estudio que busca conocer el nivel de recomendación de nuestros clientes. Competencia 2017: Estudio que busca conocer el nivel de recomendación y el grado de satisfacción de nuestros clientes y de aquellos de la competencia. Brand Tracking 2017: Estudios de monitoreo de la marca, para conocer el grado de impacto y recordación que el consumidor tiene de la misma. Encuestas sobre satisfacción, "momentos de verdad" en la central telefónica y un análisis de detección de necesidades. Alianzas en el marco del programa Yo me Cuido para brindar valor agregado a la gestión de sostenibilidad de diversos clientes. Información constante en temas de prevención con el programa educativo Yo me Cuido y la plataforma de bienestar Estar Bien. |
| Colaboradores | <ul style="list-style-type: none"> Estudios anuales de clima laboral. Información constante sobre el negocio, reconocimientos, beneficios, entre otros. Desarrollo de nuevos canales de información. Énfasis en comunicación presencial. Programa de Voluntariado RIMAC. Charlas de sensibilización en temas de sostenibilidad (voluntariado y programa Yo me Cuido). |
| Medios de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> Promoción de contenidos utilitarios que buscan destacar el valor de los seguros y de una cultura de prevención. Liderazgo informativo con una ventaja de más 42% en relación a la competencia. Más de 600 notas informativas, entre generadas y las que implican menciones positivas en medios de comunicación. 60 periodistas capacitados en educación de seguros e inversiones. Medios en Lima: Semana Económica, El Peruano y Agencia Andina. Además, ofrecimos capacitaciones en medios de Piura y Arequipa. 15 reuniones de relacionamiento con periodistas de medios clave, como El Comercio, Gestión y Perú 21, entre otros. 10 voceros capacitados en alineamiento de mensajes y habilidades comunicativas. |
| Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> Creación de los objetivos estratégicos y validación de la Memoria Anual y del Reporte de Sostenibilidad. Buen Gobierno Corporativo. |
| Proveedores | <ul style="list-style-type: none"> Capacitación para los proveedores incluyendo temas éticos y de responsabilidad social. Paneles de diálogo llevados a cabo cada 2 años. Homologación a proveedores administrativos. Estudios de satisfacción. |
| Socios intermediarios | <ul style="list-style-type: none"> Mapeo y clasificación de corredores para asegurar que estén alineados a nuestra política de Responsabilidad Social y a nuestro Código de Conducta. Boletines con información de nuestra empresa. |

| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (102-43) | |
|---|---|
| Grupo de Interés | Iniciativas de Participación |
| Comunidad | <ul style="list-style-type: none"> Paneles de diálogo llevados a cabo cada 2 años. Impacto del programa Yo me Cuido en 3,436 estudiantes, 6,872 padres y 133 docentes de 20 colegios nacionales, emblemáticos y particulares. A ello se suma un impacto adicional en 17,650 estudiantes de instituciones de primaria y secundaria, gracias a las alianzas del programa obtenidas durante el año 2017. Programa de Voluntariado RIMAC. |
| Gremios | <ul style="list-style-type: none"> Participación en diversas mesas de trabajo del gremio, específicamente a través de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg) y la Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud (Apeps). Lideramos el comité de comunicaciones con el objetivo de mejorar la reputación del rubro, de mitigar riesgos del entorno y de crear mejores condiciones de mercado. Capacitaciones y convocatoria a periodistas para la comunicación de resultados. Programa de educación financiera Finanzas en el Colegio. Programa de educación financiera Finanzas para la Vida en estudiantes de la Universidad Privada del Norte. Proyecto Empresarios con Seguros, en alianza con COFIDE, dirigido a PYMEs. Ejecución de estrategias de contenidos para la difusión de temas de interés sobre el mercado asegurador en medios de comunicación. Relacionamiento con instituciones aliadas para potenciar la reputación del mercado asegurador (Asbanc, SBS). Relacionamiento con líderes de opinión estratégicos. Despliegue de estrategias para la prevención de escenarios de crisis. |

A través de un estudio realizado en el año 2017, identificamos las expectativas de nuestros grupos de interés relacionadas con nuestra gestión. A continuación, presentamos las más relevantes:

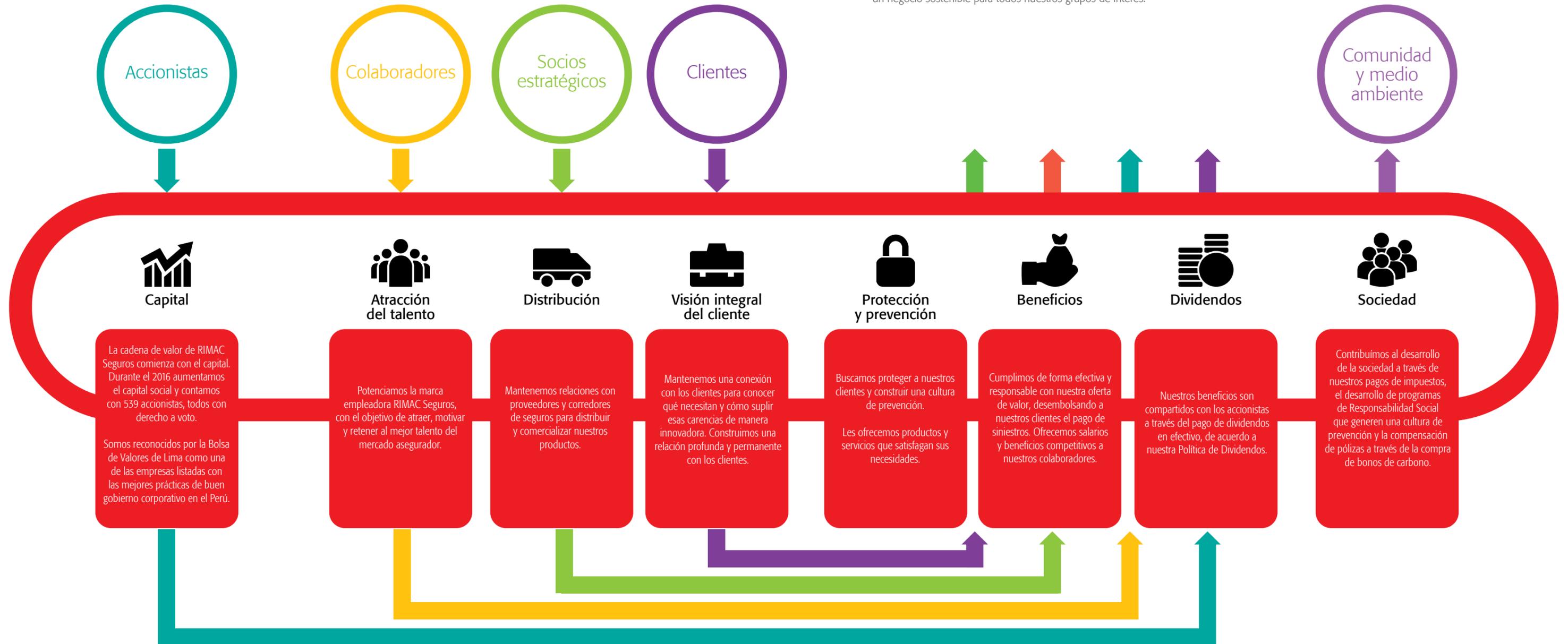
| PRINCIPALES EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (GRI 102-44) | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Colaboradores | Clientes | Proveedores | Corredores | Gobierno |
| Transparencia en la comunicación de productos y servicios | Desarrollar estrategias de prevención de enfermedades | Mantener un portafolio de proyectos de inversión social y programas a favor de la sociedad | Realizar actividades para el desarrollo de las comunidades locales de RIMAC Seguros | Desplegar una mayor difusión de apoyo a la comunidad y a las personas desfavorecidas |
| Formación de colaboradores, gestión de habilidades y desarrollo de carrera | Mostrar claridad en la contratación de los seguros, en especial con las exclusiones | Especificar indicadores de satisfacción de clientes | Impulsar inversión social a través de Obras por Impuestos | Brindar información completa a los clientes al momento de firmar contratos |
| Capacitación a colaboradores para que se incentive el uso apropiado de recursos y reciclaje | Promover proyectos de inversión social | Velar por la seguridad y salud de los colaboradores, clientes, proveedores y terceros | Priorizar la emisión de pólizas electrónicas | Desarrollar programas de retención de personal |
| Procurar crecimiento y línea de carrera | Contribuir en la generación de empleo y en el cumplimiento de beneficios a los colaboradores | Desarrollar programas de formación y desarrollo de los colaboradores | Transparencia con nuestros clientes | Desarrollo de microseguros para personas de bajos ingresos |
| Prevenir casos de discriminación | Asegurar el desarrollo y la capacitación de los colaboradores | Garantizar la generación de empleo, en especial, para personas de grupos normalmente excluidos: personas con habilidades especiales, minorías, entre otros | Promover la diversidad e igualdad de oportunidades en la empresa | Fomentar el correcto uso del papel y el reciclaje del mismo en la emisión de pólizas |

Impacto Positivo en nuestra Cadena de Valor

MODELO DE NEGOCIOS

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

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



Gobierno Corporativo

(GRI 102-12) (GRI 102-18)

En RIMAC Seguros venimos integrando los principios de Buen Gobierno Corporativo en nuestra estructura orgánica y funcional. De hecho, los consideramos la base crucial de nuestros sistemas, destinados principalmente a alcanzar objetivos estratégicos de largo plazo. Durante el año 2017, logramos ser reconocidos nuevamente por la Bolsa de Valores de Lima (BVL) como una de las empresas con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo en el Perú. Asimismo, recibimos la distinción La Voz del Mercado por parte de la BVL y E&Y, en reconocimiento de dichas buenas prácticas.

Nuestra Estructura de Gobierno

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

En RIMAC Seguros contamos con un Comité de Gestión Integral de Riesgos, constituido por 3 directores; y con un Comité de Auditoría, el cual incluye a 3 directores. Los Comités adoptan decisiones sobre cuestiones económicas, medioambientales y sociales. Es importante resaltar que ninguno de los directores ocupa un puesto ejecutivo en nuestra empresa.

Reconocidos en 2017 como una de las empresas con las mejores prácticas de Buen Gobierno Corporativo en el Perú.

| Directores Dependientes | | | |
|-----------------------------|--|------|------------|
| Alex Fort Brescia | Bachiller en Economía | 1993 | A la fecha |
| Pedro Brescia Moreyra | Economista | 1998 | A la fecha |
| Jaime Araoz Medanic | Licenciado en Administración de Empresas | 2016 | A la fecha |
| Fortunato Brescia Moreyra | Ingeniero de Minas | 1997 | A la fecha |
| Mario Brescia Moreyra | Administrador de Empresas | 1995 | A la fecha |
| Fernando Alegre Basurco | Ingeniero Industrial | 2017 | A la fecha |
| Bernardo Fort Brescia | Arquitecto | 2005 | A la fecha |
| Miguel Ángel Salmón Jacobs | Licenciado en Derecho | 2017 | A la fecha |
| Directores Independientes | | | |
| Ricardo Cilloniz Champín | Ingeniero Civil | 1979 | A la fecha |
| Alfonso Brazzini Díaz-Ufano | Bachiller en Economía y Administración | 1993 | A la fecha |

Desarrollo Digital e Innovación

Creemos que la innovación es la clave para poder reinventarse en el tiempo, seguir ofreciendo una propuesta de valor relevante para nuestros clientes y ampliar el mercado de seguros llevando ofertas de protección a todos los segmentos.

En el año 2017 creamos la Vicepresidencia de Innovación y Estrategia Digital y las áreas de Data Analytics, Pricing e Innovación, con el objetivo de crear y socializar en la empresa capacidades de innovación y al mismo tiempo sostener, de la mano de las áreas de negocio, nuestra estrategia global de transformación digital.

Durante el año, hemos puesto especial énfasis en el cliente al hacerlo centro de nuestra creación de productos y servicios. Para ello, hemos dedicado recursos al entrenamiento y a la incorporación de talento necesarios para acelerar esta transformación en nuestra forma de hacer negocios.

En RIMAC Seguros hemos seguido invirtiendo en proyectos de transformación con partners de experiencia mundial y también hemos dado importantes pasos en el desarrollo de software con metodología ágil, además de empezar a migrar nuestros servicios a la nube. Como parte de la estrategia de innovación también hemos definido las tecnologías sobre las cuales nos queremos apalancar para el desarrollo de nuevos productos y servicios.

En este último año, lanzamos al mercado los siguientes productos innovadores:

- SOAT Digital, producto que ha logrado gran acogida y compra 100% online. En el mes de diciembre nos hemos convertido en los líderes de este producto.
- Seguro de Accidentes Personales para Niños

y Jóvenes, el cual ha permitido testear el comportamiento de los clientes digitales.

- Nuevos servicios en el aplicativo móvil de RIMAC Seguros tales como Afiliación de Pagos, Inspector Virtual, Taller en Línea y Ubica a tu Asesor, además de una mejor navegabilidad y experiencia en los servicios vehiculares ya existentes.

Lucha contra la Corrupción

(GRI 205-1) (GRI 205-2)

Desde el año 2014, contamos con una Política de Anticorrupción referida principalmente a temas vinculados a fraude; sin embargo, a partir del 2017, aprobamos el modelo de Prevención de Delito de Soborno, Corrupción y Otros, diseñado principalmente para mitigar y establecer controles para evitar incurrir en estos delitos, entendiéndose como tal a cualquier ofrecimiento, promesa y/o pago a cualquier funcionario público con el objeto de obtener una ventaja o beneficio indebido o ilegal. Como parte de este modelo de prevención del delito de soborno se aprobó, en la última reunión del Directorio, el modelo en sí, además de una versión actualizada de la Política Anticorrupción referida en líneas anteriores.

El modelo de prevención desarrolla controles que alcanzan no solo a ejecutivos y colaboradores de nuestra empresa, sino también a terceros vinculados como proveedores, socios, entre otros, que pudieran —con sus acciones u omisiones— poner en riesgo nuestra reputación mediante la comisión de los delitos arriba indicados.

La primera etapa de este modelo será principalmente la adecuación de toda la normativa interna y la elaboración de normas específicas vinculadas a prevenir y controlar cualquier eventual riesgo de corrupción. Asimismo, durante el año 2018 se buscará desplegar este modelo

a toda nuestra empresa, mediante un plan de comunicación y capacitaciones, como parte de cursos regulatorios. Adicionalmente, a fines del año 2017 lanzamos una campaña de comunicaciones referida al tema de corrupción que culminará en los primeros meses del año 2018.

Por otro lado, dentro de RIMAC Seguros, hemos identificado riesgos asociados al fraude interno en aproximadamente 50% de los macroprocesos, los cuales representan alrededor del 5% del total de nuestros riesgos.

En el 2017 lanzamos dos productos totalmente digitales: SOAT Digital y Seguro de Accidentes personales para niños y jóvenes.

“Nos interesa la relación de confianza con nuestros clientes”



4. CÓMO CREAMOS Y COMPARTIMOS VALOR

Compromiso con nuestros clientes

Establecer relaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes, basadas en nuestro conocimiento y servicio, nos obliga a reinventarnos cada día, mejorando nuestros procesos e incorporando tecnología de vanguardia que permita adelantarnos a las soluciones que necesitan nuestros clientes.

Nuestra Visión Integral del Cliente se basa en el conocimiento integral de nuestro cliente permitiéndonos evaluar sus necesidades para proponerle soluciones de forma proactiva, trabajando de manera conjunta en la gestión integral de riesgos. No nos interesa vender un seguro, nos interesa construir una relación de confianza con nuestros clientes. Esto significa cuidar de ellos y de sus familias para construir un ambiente de tranquilidad en el cual puedan crecer juntos.

El cumplimiento regulatorio de los productos y servicios, así como el lanzamiento de nuevos, se realiza mediante la intervención de diversas áreas como Riesgos Operacionales, Gobierno de Datos, Legal & Regulación, Cumplimiento Normativo, entre otras. Adicionalmente, nuestro Comité de Gestión Integral de Riesgo aprueba los informes asociados a los productos, siendo uno de ellos el regulatorio. Por último, a través del portal www.rimac.com.pe, brindamos orientación a los usuarios sobre los mecanismos para presentar reclamos o recomendaciones.

Durante el periodo 2017 no hemos recibido multas relacionadas al incumplimiento normativo relativo al suministro o al uso de productos y servicios. (GRI 419-1)

Transparencia en la Información

En RIMAC Seguros brindamos información transparente de nuestros productos y servicios a los clientes, con la finalidad de brindarles una atención de calidad, la cual se garantiza a través del Procedimiento de Aseguramiento de Calidad, el Procedimiento de Control de Calidad de Pólizas y el Manual de Atención de Reclamos, aplicables a todos nuestros canales de atención y a otras áreas responsables.

A su vez, brindamos información detallada sobre nuestros productos, servicios, coberturas y canales de atención para clientes mediante la página web (www.rimac.com) y del aplicativo móvil disponible para iOS y Android (app RIMAC Seguros).

Además, en el portal Web RIMAC Habla Claro (www.rimachablaclaro.com) brindamos información sencilla y amigable sobre los conceptos básicos de los seguros, así como de su funcionamiento y principales procedimientos.

Adicionalmente, somos miembros de la Asociación Peruana de empresas de Seguros (Apeseg - www.apeseg.org.pe), por lo cual nos sumamos a sus acuerdos y lineamientos como parte de un gran compromiso con el bienestar del país.

Todos nuestros productos de seguros incluyen la información que exige la normativa vigente. Los contratos de estos productos son revisados con anterioridad por el área legal de la empresa, tras su presentación ante la SBS, que les otorgará los códigos de registro correspondientes. Cabe resaltar que el 100% de nuestros productos está sujeto a la regulación de la SBS y debe incluir como mínimo la siguiente información. (GRI 417-1)

| PÓLIZAS |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Nombre, denominación o razón social y domicilio del asegurador. • Persona, bien o prestación asegurada. • Riesgos cubiertos y exclusiones. • Fecha de emisión y plazo de vigencia material. • El importe de la prima. • Valor declarado, suma asegurada o alcance de la cobertura. • Franquicias y deducibles pactados. • Cuando corresponda, el número del registro oficial del corredor de seguros y la comisión que recibirá; así como la comisión que corresponde a la venta. • En caso de haber fraccionamiento de la prima, un cronograma de cuotas. • En los casos de seguros de vida y de accidentes personales con cobertura de fallecimiento o de muerte accidental, la indicación de que el contrato forma parte del Registro Nacional de Información de Contratos de Seguros de Vida y de Accidentes Personales con Cobertura de Fallecimiento o de Muerte Accidental, creado mediante la Ley 29355. • En los casos de seguros de daños patrimoniales, se indica la existencia de 2 o más pólizas cubriendo el mismo riesgo. • Las demás condiciones particulares del contrato y anexos de la póliza. • Otras que determine la SBS. |



| HOJA RESUMEN DE PÓLIZA |
|--|
| <p>INFORMACIÓN GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de contacto de la Empresa. • Denominación del producto. • Lugar y forma de pago de la prima. • Medio y plazo para el aviso del siniestro. • Lugares autorizados para solicitar la cobertura del seguro. • Canales de Atención y recepción de reclamos de la Empresa. • Instancias habilitadas para presentar reclamos y/o denuncias como la SBS, el Indecopi, entre otros, según corresponda. • Cargas. • Agravaciones del riesgo asegurado. <p>INFORMACIÓN DE LA PÓLIZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los principales riesgos cubiertos. • Las principales exclusiones. • Condiciones de acceso y límites de permanencia. • En caso corresponda, la existencia del derecho de arrepentimiento. • Referencia al derecho de resolver el contrato sin expresión de causa. • La existencia del derecho de los usuarios de aceptar o no las modificaciones de las condiciones contractuales propuestas por la Empresa, durante la vigencia del contrato. • Referencia al procedimiento para la solicitud de cobertura del seguro. |

| FOLLETOS INFORMATIVOS |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Breve descripción del producto. • Código de Registro SBS. • Coberturas y exclusiones. • Deducibles, franquicias, copago o coaseguro, según corresponda. • Penalidades en caso incumplan requisitos para el otorgamiento de condiciones promocionales. • Los canales para presentar los reclamos y brindar información sobre ubicación, página web y teléfono de la Empresa. • El derecho del cliente a designar a un corredor de seguros como su representante frente a la Compañía para efectuar actos administrativos. • Otros. |

Satisfacción del Cliente

Para conocer la satisfacción de nuestros clientes personas naturales, hemos habilitado una serie de encuestas telefónicas realizadas diariamente a una determinada población de asegurados que ha hecho uso de diversos servicios de nuestra empresa. Todas las encuestas evalúan, en una escala de 5 puntos donde "5" es "totalmente satisfecho" y "1" es "totalmente insatisfecho", distintos atributos relacionados con el servicio, como la rapidez en la atención, la claridad en la información, entre otros. **(GRI 417-2)**

| RESULTADOS DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES | | | |
|--|--|--------------|----------|
| Estudios | ¿Qué mide? | Satisfacción | |
| | | Año 2017 | Año 2016 |
| AMBULATORIA CLÍNICAS | La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de las 17 principales clínicas que se encuentran dentro de la cobertura. | 91% | 88% |
| TALLERES | La satisfacción de los asegurados sobre el servicio de los principales talleres concesionarios y multimarca que se encuentran dentro de la cobertura. | 89% | 87% |
| EMERGENCIAS | La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de ambulancias y procuradores, durante su emergencia. | 93% | 88% |
| ASISTENCIAS | La satisfacción de los asegurados respecto al servicio de los médicos telefónicos, médicos a domicilio, grúa, auxilio mecánico y chofer de reemplazo, durante su asistencia. | 93% | 91% |
| CONSULTAS (CLIENTES) | La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de atención de consultas o requerimientos por parte de nuestro Contact Center. | 83% | 78% |
| ATENCIÓN PRESENCIAL (LIMA) | La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de las plataformas de atención presencial en Begonias, Paseo del Parque y Miraflores. | 89% | 83% |
| ATENCIÓN PRESENCIAL (PROVINCIAS) | La satisfacción de los asegurados con respecto al servicio de las plataformas de atención presencial en Trujillo, Chiclayo, Piura, Iquitos, Huancayo, Cusco y Arequipa. | 89% | 84% |

Por otro lado, en RIMAC Seguros contamos con una Política de Comunicación Publicitaria basada en criterios éticos, de igualdad y de transparencia, que están alineados con nuestros valores institucionales.

Iniciativas para Mejorar la Educación en Seguros (FS16)

Durante el año 2017 implementamos diversas iniciativas para mejorar la educación en seguros, las cuales fueron dirigidas a nuestros distintos grupos de interés.

Como parte de nuestra gestión de sostenibilidad, venimos desarrollando programas a favor de la prevención. Uno de ellos es el programa integral Yo me Cuido, lanzado en el año 2013 con el objetivo de promover la cultura de prevención entre la comunidad educativa nacional. Como parte de esta iniciativa desplegamos una intervención educativa en aula que hace uso de materiales pedagógicos de autoría propia como cuentos infantiles, canciones, infografías, recetas, entre otros. Asimismo, cuenta también con un portal interactivo con cientos de materiales de prevención disponibles al público en general, así como redes sociales en Facebook y YouTube, y una aplicación móvil.

Por otro lado, desde la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg), continuamos promoviendo diversas iniciativas para la educación en seguros, dirigidas tanto a la comunidad como a los medios de comunicación. Entre ellas, destacan:

- Capacitaciones para Periodistas: Durante el año 2017, creamos un grupo cerrado para el contacto inmediato a través de Facebook. Difundimos, entre los miembros de dicho grupo, videos educativos sobre el mercado asegurador y promovimos su postulación al

premio Fritz du Bois con reportajes sobre seguros.

- Programa Finanzas en Mi Colegio: Continuamos con dicho programa que busca insertar la cultura aseguradora en la educación primaria y secundaria, en línea con las acciones establecidas en la Estrategia Nacional para la Inclusión Financiera, a nivel nacional. El impacto de este proyecto, iniciado el año 2016 y vigente actualmente, ha alcanzado a 60,000 alumnos. A esto se suma que el Ministerio de Educación decidió incorporar los contenidos financieros del proyecto en todos los textos oficiales escolares del año 2019, lo cual incrementará el impacto a 2 millones de escolares en 9,347 escuelas secundarias públicas y a sus 11,000 docentes.

- Programa Piloto de Educación Financiera Finanzas para la Vida: En alianza con Asbanc, AAFP y el CEFI, está dirigido a estudiantes de la Universidad Privada del Norte.

- Proyecto Empresarios con Seguros: En alianza con Cofide, está dirigido a pequeñas y medianas empresas.

Cabe señalar que mantenemos representantes en la mayoría de los comités internos de los gremios a los que pertenecemos. Así, trabajamos intensamente para buscar mejoras y mayores oportunidades para todos los involucrados en el mercado asegurador peruano.

Seguros Inclusivos (FS-14)

En junio de 2017 lanzamos el primer seguro de salud digital, el Seguro de Accidentes Personales para Niños y Jóvenes. Este nació con 3 objetivos: 1), ser un producto 100% digital; 2), penetrar en el segmento B2 y C1; y 3), crear un producto simple y acotado. Para el desarrollo del producto se utilizó la metodología Lean Startup y se formó un equipo multidisciplinario, con foco en las necesidades del cliente y recurrentes iteraciones del producto. Descubrimos que nuestro segmento quería flexibilidad de pagos y montos de prima acotados.

A la fecha, el seguro tiene un precio mensual de S/20 y la compra es 100% digital. Además, la póliza es enviada electrónicamente al instante, lo cual ha ayudado a reducir la carga de trabajo del personal de emisión y cobranzas. Asimismo, hemos incrementado la satisfacción de nuestros clientes quienes realizan su compra en tan solo 5 clicks desde el lugar que deseen.

Protegiendo lo que importa con Prevención

Una Empresa que Cuida de sus Clientes y sus Familias (GRI 416-1)

Los productos que ofrecemos buscan proteger a nuestros clientes de los riesgos a los cuales están expuestos. Los servicios de atención que se brindan en todos nuestros productos de salud, priorizan actividades de promoción de estilos de vida saludable y prevención de enfermedades con la finalidad de mejorar

la calidad de vida de nuestra población asegurada. De igual manera contamos con actividades recuperativas donde buscamos tratar oportunamente la enfermedad y, luego de la rehabilitación, lograr una pronta inserción en el ámbito laboral y personal.

En el caso de las enfermedades prevenibles por vacunas, ofrecemos a nuestros asegurados el esquema nacional de inmunizaciones del Ministerio de Salud, en la Clínica Javier Prado. A diciembre del año 2017 se vacunaron 9,411 niños afiliados, entre 0 y 4 años, quienes recibieron 18,473 dosis con el objetivo de protegerlos contra la poliomielitis, hepatitis B, meningitis por Haemophilus tipo B, rotavirus, difteria, tétano, tos convulsiva, sarampión, papera, rubeola, neumonía e influenza.

Por otro lado, en relación a los chequeos médicos de alto valor de nuestros asegurados en EPS, el 35% de adultos se realizó al menos un chequeo médico preventivo en los 3 últimos años. Además, el 49% de las mujeres (entre 40 y 75 años) tuvo una mamografía en los últimos 2 años y el 55% de mujeres (entre 21 y 65 años) tuvo un papanicolaou en los últimos 3 años. Finalmente, el 21% de nuestros afiliados entre los 50 y 75 años tuvo una colonoscopia en los últimos 7 años.

17% de nuestros afiliados de Asistencia Médica se realizó al menos un chequeo médico durante los últimos 3 años. Asimismo, el 23% de mujeres entre 40 y 75 años se realizó una mamografía durante los últimos 2 años. Además, el 26% de mujeres entre 21 y 65 años tuvo un papanicolaou durante los últimos 3 años. Por último, el 13% de afiliados entre 50 y 75 años tuvo una colonoscopia durante los últimos 7 años.

Todas estas acciones preventivas permitieron detectar oportunamente casos de enfermedades crónicas (diabetes mellitus, asma bronquial, hipertensión arterial,

dislipidemias, otras enfermedades y neoplasias malignas) en su etapa inicial. Además, realizamos despistajes de cáncer de piel y campañas de nutrición.

Programa Cuidate

Cuidate es un programa de salud de acceso libre y voluntario para personas con enfermedades crónicas que cuentan con un seguro de salud en nuestra empresa. Está diseñado para mejorar la calidad de vida de los pacientes, poniendo a su disposición un médico de cabecera y una enfermera que les brinda educación en salud y asesoría continua. Cuidate ofrece —sin costo para el paciente— educación, consejería, consultas ambulatorias, exámenes auxiliares y tratamiento farmacológico. Logra mantener controlado, en promedio, al 88% de los pacientes inscritos, cifra que se traduce en menores tasas de hospitalización y atenciones por emergencias y, por ende, en una mejor calidad de vida. En noviembre de 2016, 13,993 afiliados gozaban de este beneficio. A noviembre de 2017, esta cifra ascendió a 15,537.

Promoción de la Salud

Durante el año 2017, potenciamos el uso de la página web Prevención Salud (<http://prevencionrimac.com/salud/>), en donde promocionamos estilos de vida saludables; y desarrollamos la encuesta Puntaje Vital, que permite autoevaluar el riesgo de presentar enfermedades crónicas metabólicas e incluso algunos tipos de cáncer. En diciembre de 2016 contaba con 5,448 participantes y al cierre del año 2017 la cifra ascendió a 12,812 personas que evaluaron su riesgo. Como resultado de la misma, orientamos a los asegurados de alto riesgo (2,079), sobre sus resultados y se les invitó a realizarse los exámenes que les correspondían de acuerdo a su póliza.

Plataforma Digital de Bienestar Estar Bien

Estar Bien (www.rimacestarbien.com) es una plataforma digital que promueve el bienestar mediante la difusión de información útil y relevante, con la finalidad de inspirar y generar cambios positivos en los hábitos y estilos de vida de las personas.

Durante el 2017 renovamos la página web y potenciamos contenidos y formatos para conectar con nuestra audiencia. Así, logramos tener más de 3 millones de páginas vistas, 668 mil seguidores en Facebook, 21 mil seguidores en Twitter, entre otras redes sociales, llegando a convertirnos en una de las fuentes de referencia en temas de bienestar para otros medios nacionales.

Por otro lado, tomando en cuenta la naturaleza del negocio asegurador, el servicio se desarrolla mediante la comercialización de pólizas de seguros. El ciclo de vida de la póliza depende del cliente y la entidad aseguradora y quedan regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes. El 100% de nuestros productos son pólizas, por lo tanto, son inofensivos y no afectan ni la salud ni la seguridad de nuestros clientes. (GRI 416-2)

Fomentando una Cultura de Prevención hacia la Sociedad (GRI 413-1)

Como parte de nuestra gestión de sostenibilidad, desplegamos una serie de acciones de alto impacto, que generan valor agregado a nuestros diversos grupos de interés y están alineadas a nuestro core business. Estas cuentan con el respaldo de organizaciones de alto renombre nacional e internacional, tales como el Pacto Global, el Programa de las

Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo, entre otros.

Asimismo, durante el año 2017, hemos liderado un consorcio conformado por distintas empresas del Grupo Breca para la realización de la primera Obra por Impuesto de nuestra compañía. Actualmente, se están desarrollando los trámites respectivos con el Estado para definir los siguientes pasos de la obra, enfocada en la prevención de accidentes en beneficio de los peruanos. (GRI 203-1)

Programa Integral Yo me Cuido

Una de las líneas de acción priorizadas por nuestra empresa es la educación en prevención. Por ello, desde hace más de cinco años venimos impulsando nuestro programa bandera, denominado Yo me Cuido, que busca generar una cultura de prevención en las nuevas generaciones del país, enfocando su atención en niños, niñas y adolescentes en edad escolar, así como en padres de familia y docentes. Yo me Cuido es una iniciativa pionera en la industria aseguradora peruana que nace como una respuesta de compromiso y visión a largo plazo, asociada a la esencia de nuestro negocio, para preparar peruanos que tomen buenas decisiones en prevención con las herramientas necesarias para ello.

Este programa, que cuenta con el respaldo del Ministerio de Educación y de la Unesco, promueve la cultura de prevención a través de medios presenciales y digitales que fomentan las buenas prácticas individuales en 4 ejes estratégicos:



Para lograr nuestros objetivos desplegamos una estrategia compuesta por una intervención educativa y una plataforma de comunicación digital.

Intervención Educativa

Se lleva a cabo principalmente en el aula e incluye los siguientes aspectos:

- **Programa de comprensión lectora** que busca la interiorización de actitudes fundamentales de una cultura de prevención a través del desarrollo de habilidades propias de la misma.

Para ello:

- Capacitamos a docentes en prevención de riesgos en materia de seguridad y salud

- Realizamos talleres a los padres para que la familia se involucre en el cumplimiento de prácticas saludables

- Distribuimos cuentos para niños e impartimos conocimientos en seguridad y salud a partir de sus prácticas cotidianas

- **El uso de los cuentos infantiles**, desarrollados por RIMAC, sobre temas preventivos están relacionados con los 4 ejes estratégicos del programa:

- Aprendiendo a Cuidarme en la Ciudad
- Aprendiendo a Cuidarme en Casa
- Aprendiendo a Cuidar mi Salud
- Aprendiendo a Cuidarme y Prevenir
- Aprendiendo a Cuidarme en el Verano
- Aprendiendo a Cuidarme de las Quemaduras
- Aprendiendo a Cuidarme jugando Ping Pong
- Aprendiendo a Cuidar mi Cuerpo
- Aprendiendo a Cuidarme ante Emergencias y Desastres

- Aprendiendo a Cuidarme al Viajar
- Más Vale Prevenir
- No Juegues con la Salud

- El uso del kit de **materiales didácticos Yo me Cuido**, dirigido principalmente a los profesores para facilitar su intervención en clase. Incluye los cuentos, videos con imágenes de los personajes, recursos audiovisuales, entre otros.

Plataformas de Comunicación Digital

El portal de prevención www.yomecuido.com.pe consolida todas las herramientas del programa. De este modo, provee de contenido de prevención y de alta calidad a la comunidad educativa nacional. En el 2017, **el portal concentró cerca de 700,000 páginas vistas y 400,000 visitas únicas**, cifras que revelan el interés de los usuarios por estos contenidos. Para los estudiantes, el portal provee material didáctico y entretenido como cuentos, juegos, infografías, canciones y trivias. En el caso de los docentes, se comparten diferentes temas vinculados al rol del profesor y su importancia en la enseñanza de la prevención de riesgos, a través de diversos recursos pedagógicos. Finalmente, en cuanto a los padres, se les brinda información de interés para buscar garantizar la prevención en sus hogares. Cabe destacar que los contenidos digitales de nuestro portal están alojados también en Perú Educa, el Sistema de Aprendizaje Digital del Ministerio de Educación, que cuenta con más de medio millón de docentes registrados.

El portal se apoya en las redes sociales para la difusión de sus contenidos. De este modo, Yo me Cuido cuenta con una página oficial en Facebook con más de 100,000 seguidores, así como con un canal de Youtube con más de 11,000 suscriptores. Uno de los grandes productos del programa fue la mini serie

Cómo ser padre y no morir en el intento. La cual busca enseñar cómo se puede prevenir en el día a día.

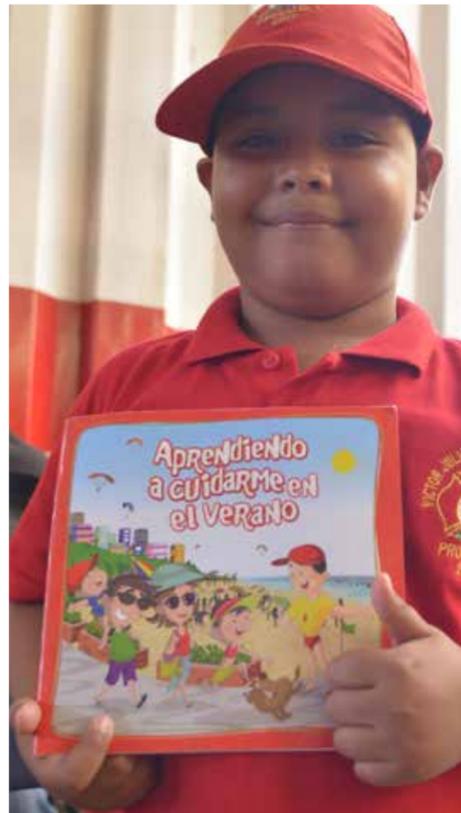
Asimismo, la colección de cuentos Aprendiendo a Cuidarme, la acción bandera de este programa, está disponible en su versión digital y animada a través del aplicativo móvil del mismo nombre.



Resultados del Programa Yo me Cuido en el Año 2017

Impacto en Escuelas

- A la fecha el programa ha llegado a 252 instituciones educativas estatales, privadas y emblemáticas de Lima Metropolitana, Arequipa y Trujillo, con un impacto de más de 58,300 estudiantes, 11,600 padres de familia y 3,900 docentes.
- Solo en el año 2017, el programa capacitó a través de su intervención educativa a 3,436 estudiantes, 6,872 padres y 133 docentes. A ello se suma el resultado obtenido gracias a las ya mencionadas alianzas, las cuales nos permitieron llegar a más aulas: Innova Schools, IPAE, Acepta, Villa Per Sé y Lamsac, que en conjunto ampliaron el alcance de nuestro programa a 17,650 estudiantes de inicial, primaria y secundaria.



Innovación en Contenidos

- En el año 2017 el programa se dedicó a producir nuevos contenidos que nos permitan llegar a más personas, con un componente importante de innovación.
- Gracias a nuestro Convenio de Cooperación Interinstitucional con el Ministerio de Educación, desarrollamos en conjunto el cuento Aprendiendo a Cuidar mi Cuerpo. En el marco de la campaña Yo Sé Cuidar mi Cuerpo, este cuento tiene como objetivo prevenir la violencia contra niños y niñas, y al mismo tiempo enseñarles a proteger su integridad física y mental.
- Gracias a una alianza con el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI), desarrollamos un cuento denominado Aprendiendo a Cuidarme ante Emergencias y Desastres. Este cuento busca promover actitudes preventivas entre los más pequeños de casa, abordando emergencias naturales a las cuales nuestro país está expuesto, tales como lluvias intensas, huaicos, sismos y tsunamis.
- Finalmente, desarrollamos junto a la empresa PECSA el cuento Aprendiendo a Cuidarme al Viajar, cuyo foco principal es la seguridad vial y la prevención de accidentes.
- El programa replanteó su estrategia en redes sociales para poder llegar de mejor manera a sus diversos públicos. De este modo, se desarrolló una miniserie digital denominada Cómo Ser Padre y No Morir en el Intento, que trae a la vida a la familia protagonista de los cuentos infantiles de Yo me Cuido. La serie aborda la importancia de promover la prevención dentro del hogar, a través de situaciones muy cotidianas para todo padre o madre.
- Creamos, además, una comunidad en Facebook dirigida a jóvenes estudiantes, llamada El Sebas Sabe. A través de un personaje común y cercano para este público, buscamos promover valores de prevención utilizando videoblogs y otros materiales audiovisuales.

Alianzas con Nuevas Entidades

- Durante el ejercicio 2017 logramos gestar un importante número de nuevas alianzas con diversas instituciones públicas y privadas: Indeci, Save the Children, Innova Schools, Corporación Radial del Perú, IPAE, Lamsac, Pecsac, Acepta, Happyland, Artesco Foxsum, La Revolución, Berries del Perú y Villa Per Sé. Cada una de ellas nos permitió incrementar el alcance del programa, ya sea a través de medios presenciales en el aula o a través de medios digitales.



Voluntariado RIMAC (GRI 203-1)



En RIMAC consideramos que los grandes cambios se generan desde casa. Por ello, desde el año 2013 desplegamos el programa Voluntariado RIMAC, dirigido a todos nuestros colaboradores y sus familiares. Nuestro objetivo, a través de este programa, es continuar construyendo una cultura de prevención y formar, en el camino, agentes de cambio a favor de la sociedad.

Durante el año 2017 continuamos formando parte de empresas que Inspiran, plataforma de las Naciones Unidas integrada por compañías peruanas convencidas del valor del voluntariado para la empresa y la sociedad peruana, como un medio poderoso para involucrar a todos en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El 2017 fue un año muy especial para nuestro programa de voluntariado corporativo, ya que experimentó un crecimiento exponencial de más de 600% de participantes. Logramos involucrar a 1,849 colaboradores, número que representa a más del 50% de nuestra planilla, con más de 2,130 horas hombre invertidas. Asimismo, durante el año, registramos al programa dentro del Sistema Nacional de Voluntariado del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, lo cual permite

a nuestros voluntarios acceder a diversos beneficios.

Además, se trató de un año atípico que nos instó a dar respuesta inmediata a la emergencia que vivió nuestro país debido al fenómeno de El Niño Costero y a las heladas que azotaron el sur del Perú.

En ese contexto, nuestro Voluntariado RIMAC se desplegó de la siguiente manera durante el año:

ACCIONES DE RESPUESTA ANTE EMERGENCIAS NATURALES

Fenómeno de El Niño Costero:

Durante los primeros meses del año nuestro país se vio afectado por lluvias intensas y huaicos producto de El Niño Costero. Ante ello, nuestro programa desplegó diversas acciones de apoyo para las comunidades afectadas a nivel nacional, logrando un alto involucramiento de nuestros colaboradores:

- **Donación de 1 Millón de soles en medicamentos:** Nos unimos a la Clínica Internacional y decidimos sumarnos a la campaña #UnaSolaFuerza donando más de 1 millón de soles en medicamentos para atender la salud de nuestros miles de compatriotas afectados por las lluvias, huaicos e inundaciones a nivel nacional. Para concretar la entrega al Estado a través del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, movilizamos decenas de voluntarios para el armado de los miles de kits con medicinas para niños y adultos.

- **Campaña de donación económica junto a Cáritas del Perú:** Desarrollamos una campaña interna de donación económica en beneficio de los damnificados por los huaicos y lluvias alrededor del país, para la ejecución de proyectos de recuperación de las zonas afectadas. El 50% de este monto fue donado por nuestros colaboradores de manera voluntaria vía descuento por planilla, y el 50% restante fue donado por nuestra empresa.

- **Apoyo de voluntarios en zonas afectadas:** Movilizamos un importante número de colaboradores voluntarios a la zona afectada por los desbordes del Río Huaycoloro (Chosica-Cajamarquilla), de la mano con Techo y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Nuestros voluntarios colaboraron en la construcción de barricadas, así como en la remoción de escombros y en la recuperación de viviendas. Durante la jornada entregamos, además, donaciones de productos de higiene personal, víveres no perecibles, agua y abrigo — entre otros— para la zona.

- **Apoyo de voluntarios en clasificación de donaciones:** En coordinación con Aporta, el laboratorio de innovación social del Grupo Breca, movilizamos voluntarios RIMAC para la clasificación de donaciones en un centro comercial en San Borja. Dichas donaciones fueron destinadas a las personas damnificadas de las zonas de Nazca y Santa Eulalia.

- **Donación de materiales y víveres:** Dirigimos una campaña para la recolección de víveres no perecibles, abrigo y agua para las personas damnificadas, los cuales fueron llevados al punto de acopio establecido en el Estadio Nacional. Asimismo, donamos al Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú mochilas de emergencia, mantas polares y material adicional para la gestión de emergencias naturales.

De otro lado, en coordinación con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, atendimos el caso de Shande Ramírez, un adolescente de 14 años que perdió su casa en Chosica y arriesgó su vida para salvar a sus hermanos. Había recibido una laptop por su buen desempeño académico, que perdió debido a los huaicos, por lo que le brindamos una laptop nueva, así como material de educación en prevención de nuestro programa Yo me Cuido.

Heladas y Friaje en el Sur del País:

En articulación con la plataforma Empresas que Inspiran y la organización sin fines de lucro



Kusimayo, desplegamos al interior de nuestra empresa la **campaña de donación económica #CalorParaPuno**.

El objetivo de esta iniciativa fue recaudar fondos para implementar Casas Calientes Limpias en el distrito de Caminaca, en Puno. Ello, a través de tecnologías ecoamigables que permiten elevar hasta en 10° la temperatura al interior de las casas, al mismo tiempo que disminuyen la contaminación provocada por las cocinas a fuego abierto y su incidencia en enfermedades respiratorias en adultos y menores. Gracias a la donación voluntaria de nuestros colaboradores se contribuyó a lograr el objetivo de equipar a **512 familias de Caminaca** con estas casas, elevando así su calidad de vida.

VOLUNTARIADO EN COMUNIDADES

En el año 2017 **nos aliamos con Techo Perú para la organización de eventos de voluntariado en comunidades vulnerables** de Lima Metropolitana. De este modo, realizamos 4 actividades en conjunto.

FonTecho: Se trata de un fondo concursable

orientado a cofinanciar proyectos de mejora de infraestructura. En esta actividad, nuestros voluntarios se dividieron en 4 grupos y trabajaron como asesores de los proyectos sociales presentados por las comunidades, realizando visitas de campo y organizando sesiones de capacitaciones en temas de armado de presupuesto, cronogramas, entre otros.

De este modo, los 4 equipos, junto a los líderes comunitarios, presentaron sus proyectos ante un jurado que eligió a 2 ganadores: la **comunidad UPIS en Pachacamac** y la **comunidad Talleres Artesanales**, en San Juan de Miraflores. Ambos proyectos tuvieron como objetivo construir un **muro de contención**.

Finalmente, convocamos a una jornada de voluntariado corporativo donde los proyectos ganadores pudieron hacerse realidad. En total, logramos movilizar a 40 voluntarios RIMAC y beneficiar a más de 250 familias.

VOLUNTARIADO MEDIOAMBIENTAL

Realizamos esta jornada durante el mes de junio en el marco del Día Mundial del Medio Ambiente,

y nos permitió mejorar la calidad de vida de las 60 familias de la **comunidad 14 de Febrero** en San Juan de Lurigancho.

Durante la misma, nuestros 51 voluntarios convocados arborizaron 2 zonas de la comunidad con 70 árboles de molle e instalaron un cerco para su protección. Asimismo, realizamos diversas labores de mejora de infraestructura como el pintado de la loza deportiva y juegos infantiles. Además, dictamos talleres para adultos y menores sobre nutrición, primeros auxilios y reciclaje.

VOLUNTARIADO DE TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES

En agosto visitamos la comunidad El Mirador de los Humedales, en Ventanilla. Logramos movilizar a 58 voluntarios RIMAC que realizaron labores de mejora de infraestructura y dictaron talleres en beneficio de las más de 50 familias de la comunidad.

Se arborizaron 4 zonas, se pintó un mural en el Pronoei de la comunidad, se instalaron bancas de pallet en el parque y se dictaron sesiones de primeros auxilios, educación financiera, nutrición y cuidado personal para los padres de familia, niños y niñas de la zona.

VOLUNTARIADO NAVIDEÑO

Realizado a vísperas de Navidad, este evento es el más grande del año en nuestra comunidad. En esta oportunidad visitamos la **comunidad La Pradera, en Pachacamac**, y trabajamos en beneficio de sus más de 60 familias.

Participaron 90 de nuestros voluntarios RIMAC, quienes levantaron un parque para la comunidad, realizando labores de arborización, construyendo juegos para niños y bancas de pallets, y pintando un mural. Asimismo, dictaron talleres para niños enfocados en motivación, promoción del deporte y cuidado personal. Tuvimos la oportunidad, además, de donar cientos de regalos para los más pequeños de La Pradera y sus comunidades aledañas.

CAMPAÑAS VOLUNTARIAS DE DONACIÓN DE SANGRE

En colaboración con el **Instituto Nacional de Salud del Niño (San Borja)**, durante el año 2017 continuamos realizando campañas voluntarias de donación de sangre en nuestras diversas sedes de Lima, concientizando a nuestros colaboradores sobre la importancia de donar sangre.

En el año 2017 organizamos **cuatro campañas que contaron con la participación de 341 voluntarios y que beneficiaron a más de 750 niños y niñas** pacientes del hospital. Fue la temporada más exitosa desde que comenzamos esta iniciativa hace 3 años.

BANCO DE SANGRE VOLUNTARIO

Contamos, además, con un **Banco de Sangre Voluntario al cual todo colaborador puede acceder en caso lo necesite**. De este modo, se fomenta la confraternidad y, nuevamente, se sensibiliza sobre la importancia de donar sangre. Actualmente este banco cuenta con cerca de 200 miembros permanentes.



SOCIOS UNICEF

Esta campaña promueve la **donación voluntaria por parte de nuestros colaboradores**, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de miles de **niños y niñas** de nuestro país. Las donaciones mensuales permiten financiar programas de desarrollo enfocados en salud, educación y protección infantil. Cerramos el ejercicio 2017 con **175 voluntarios permanentes** en beneficio de Unicef.

Asegurando la Satisfacción de nuestra Gente

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

En RIMAC Seguros contamos con canales de diálogo entre jefes y colaboradores. Poseemos encuestas de opinión, canales de comunicación con la Alta Gerencia y un boletín electrónico semanal. De esta forma, en caso de haber cambios organizacionales, estos se comunican a los colaboradores dentro de un periodo de 2 semanas aproximadamente. **(GRI 402-1)**

En noviembre de 2017, realizamos la medición anual de clima laboral mediante la aplicación de la encuesta de Clima y Efectividad Organizacional a cargo de la consultora Hay Group/Korn Ferry. Dicha encuesta midió 20 factores agrupados en 4 grandes dimensiones: compromiso, conductores de compromiso, soporte para el éxito y conductores de soporte para el éxito.

Al 31 de diciembre de 2017, en RIMAC Seguros contamos con 3,041 colaboradores.

Reclutando al Mejor Talento

En RIMAC Seguros tenemos diferentes programas de atracción del talento, los cuales detallamos a

continuación:

- **Ferías Laborales:** Presenciales y virtuales en las principales universidades.
- **Programa Trainee:** Selecciona a 8 candidatos recién egresados con el mejor desempeño para pasar por áreas core del negocio.
- **Programa Trainee Executive:** Durante el año 2017 realizamos contactos de trazabilidad con las empresas top del mundo para obtener bases de datos de estudiantes de MBA.
- **Programa de Practicantes:** Todos los meses evaluamos grupos de practicantes lo cual permite mapear a los mejores estudiantes para cubrir las vacantes abiertas y tener un back up para las futuras posiciones.
- **Programa de Bienvenida al nuevo colaborador:** Forma parte del proyecto de Experiencia al Colaborador. Incluye paquete de bienvenida, formato de autogestión y merchandising.
- **Programa Hackaton:** Genera mayor visibilidad a perfiles más técnicos que se requieren en nuestra transformación digital y como aporte para nuestra marca empleadora.
- **Programa Fábrica de Talento:** En donde nos encontramos estandarizando procesos de selección con el grupo para moviéndose internas a futuro.
- **Programa de Diversidad Laboral:** Enfocado en minorías poco favorecidas de la población.

Respecto a la promoción de la empleabilidad local, cada vez que se requiere cubrir una vacante en alguna sede fuera de Lima, damos preferencia a los candidatos de la zona donde se ubica la sede. De esta manera se espera tener un impacto positivo en la generación de nuevos puestos de trabajo en cada localidad donde operamos.

Además, contamos con políticas de contrataciones y salarios que nos dan lineamientos para asegurar la selección de los candidatos.

Empleabilidad con Diversidad

Durante el año 2017, continuamos las acciones orientadas a la contratación de personas con discapacidad y a minorías desfavorecidas de la sociedad a través de los siguientes programas:

- **Programa de Empleabilidad para Discapacidad Laboral:** Se realizan publicaciones semanales en el portal autorizado del Mintra.
- **Programa de Diversidad Laboral:** Nos encontramos trabajando en un proceso de selección inclusivo, el cual prioriza y fomenta un entorno competitivo y una cultura de igualdad. Este programa tiene un enfoque directo a 4 poblaciones menos favorecidas: personas de talla pequeña, personas de la tercera edad, personas con discapacidad sensorial y ex miembros de las FFAA. Durante el periodo 2016, se trabajó el diseño y la estrategia del programa. Durante el 2017, se realizó el plan de trabajo y se ejecutó la primera fase. En el año 2018 ejecutaremos la segunda y tercera fases.



Capacitación y Desarrollo

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

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

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

Durante el año 2017, se capacitaron a 1,118 colaboradores que recibieron un total de 29,043 horas lectivas: (GRI 404-1) (GRI 404-2)

| Programas de Capacitación | |
|---------------------------|---------|
| Management | Seguros |
| 126 | 13 |

El proceso de Gestión de Desempeño permite garantizar una cultura de alto desempeño y el cumplimiento de nuestra estrategia de negocio.

Durante el ejercicio 2017, 1,946 colaboradores recibieron una evaluación del desempeño. El 58% fue del género femenino y el 42%, masculino. A su vez, el 83% perteneció a la categoría colaboradores, el 11% a mandos medios y el 6% a la plana gerencial. (GRI 404-3)

Seguridad y Salud de nuestros Colaboradores

Tenemos como objetivo fomentar un ambiente de trabajo seguro y saludable. Para ello venimos implementado un sistema de gestión con la participación activa de todos nuestros colaboradores y terceros en base a la normativa vigente.

Todos los colaboradores conocen nuestra Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), la cual está publicada en cada sede a nivel nacional y en nuestra página web. Los nuevos colaboradores reciben el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo y cumplen con las inducciones de SST. El 95.51% de los colaboradores cumplió con 4 capacitaciones de SST enfocadas en primeros auxilios, pausas activas, riesgos laborales y ergonomía en la oficina. Por último, nuestros colaboradores realizan sus evaluaciones médicas ocupacionales al ingresar, de manera periódica y al retirarse de empresa.

En RIMAC Seguros contamos con un Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo vigente para la temporada 2016-2018. Está conformado por 4 miembros titulares (2 designados por la empresa y 2 elegidos por los colaboradores) y 4 miembros suplentes. El 100% de los colaboradores que se encuentran en planilla tiene representación en dichos comités. El comité sesiona mensualmente y, entre sus funciones, se encarga de dar cumplimiento al Plan Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo. (GRI 403-1)

Con todo, en el año 2017, reportamos 2 accidentes de trabajo en asesores de seguros, en Lima.



TASA DE ACCIDENTES, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y VÍCTIMAS MORTALES EN RIMAC SEGUROS EN EL AÑO 2017

(GRI 403-2)

| | |
|------------------------------------|-------|
| Tasa de Frecuencia | 0.315 |
| Tasa de Enfermedades Profesionales | 0 |
| Tasa de días Perdidos (Severidad) | 9.762 |
| Tasa de Accidentabilidad | 0.003 |
| Víctimas Mortales | 0 |

Acciones de ayuda a nuestros colaboradores afectados por el Fenómeno de El Niño Costero

- Donamos 32 cajas con Kits de adultos y niños para nuestros trabajadores de Piura, Chiclayo, y Trujillo.
- Brindamos vacunación gratuita contra el dengue a 240 colaboradores afectados en Piura, Trujillo y Chiclayo.
- Flexibilidad en los horarios de ingreso priorizando la seguridad de nuestros colaboradores, así como el uso de vestimenta casual (polo, jeans, zapatillas) para una mayor comodidad.
- Contacto directo con los colaboradores afectados por las inundaciones/huaycos.
- Activación de las pólizas SCTR para nuestros colaboradores de provincias.
- Atención de necesidades puntuales (de botas/ponchos/bidones de agua).
- Difusión a través de nuestros diversos canales de comunicación interna de información permanente sobre recomendaciones y precauciones que debemos tomar en cuenta.



- Facilitamos adelanto de sueldo para 70 colaboradores afectados en Piura, Lambayeque, Ancash, Trujillo y Lima.

Respeto de los Derechos Humanos

Desde el año 2011, formamos parte del Pacto Mundial, iniciativa voluntaria promovida por las Naciones Unidas. Así, nos hemos comprometido a llevar a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción a través de la aplicación de sus 10 principios. (GRI 102-12)

En RIMAC Seguros rechazamos cualquier acto de discriminación. Por ello, nuestro Reglamento Interno de Trabajo y Código de Conducta prohíbe cualquier tipo de discriminación y sanciona estas conductas. Durante el periodo 2017 no hemos recibido reclamos ni denuncias referidas a actos de discriminación⁵⁰. (GRI 406-1)

Por la naturaleza de nuestro negocio, en RIMAC Seguros no consideramos que nuestras operaciones se encuentren en riesgo de trabajo infantil, de trabajadores jóvenes expuestos a trabajos peligrosos o de trabajo forzado. Como consecuencia, no hemos identificado casos en los que dicho derecho haya sido vulnerado en el periodo que cubre este reporte. (GRI 408-1) (GRI 409-1)

De igual manera, tampoco hemos identificado incidencias de trabajo infantil, de trabajadores jóvenes expuestos a trabajos peligrosos o de trabajo forzoso por parte de nuestros proveedores. Sin embargo, para poder hacer un mejor seguimiento del respeto a estas normas por parte de los mismos, contamos con un proceso de homologación que evalúa el cumplimiento de estos derechos. Este proceso se viene ampliando paulatinamente a toda nuestra base de proveedores desde el año 2016⁵¹.

Relaciones con el Sindicato

En el año 2014, se conformó un sindicato dentro de nuestra empresa, el cual está inscrito ante el Ministerio de Trabajo. Actualmente, está conformado por 61 trabajadores, lo que representa el 1.7% del total de colaboradores de RIMAC Seguros. A la fecha no existe ningún acuerdo de negociación colectiva suscrito con la organización sindical. Los procesos de negociación existentes relativos a los periodos 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018, se encuentran siendo discutidos ante el Ministerio de Trabajo y el Poder Judicial. A la fecha existe una comunicación formal y escrita entre RIMAC Seguros y la organización sindical y cumplimos con otorgar las licencias sindicales a los dirigentes que corresponda de acuerdo a ley y según los propios requerimientos de la organización sindical. (GRI 102-41) (GRI 407-1)

Trabajando con nuestros Aliados Estratégicos

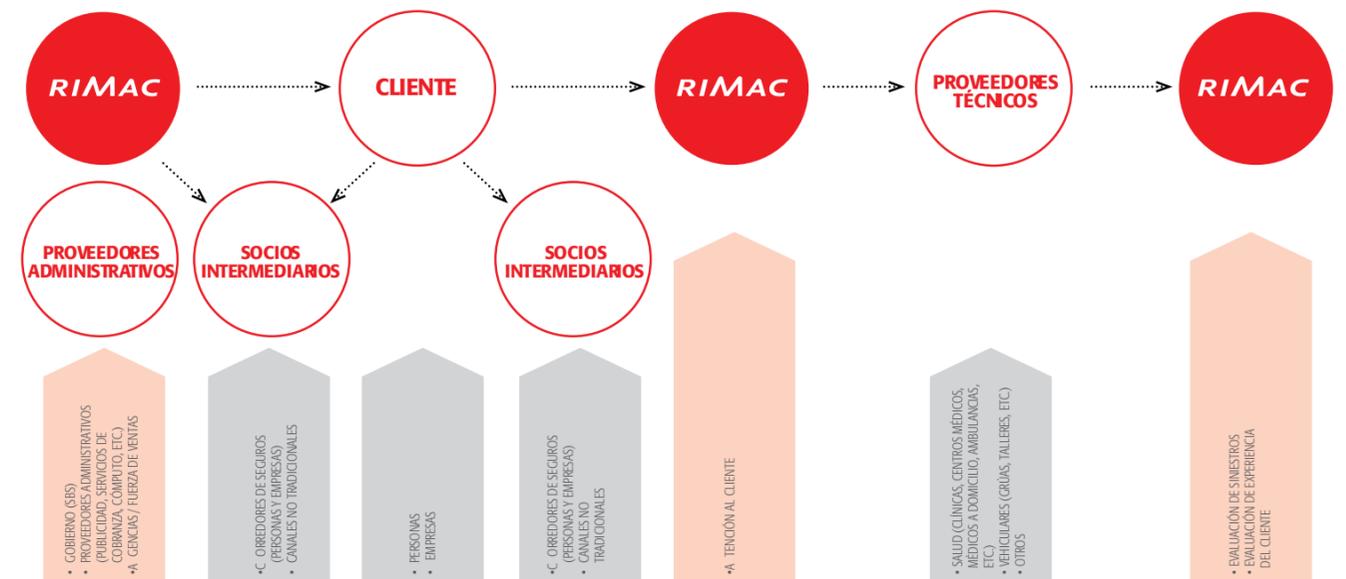
Cadena de Suministro

Debido a que contamos con una diversa gama de productos, nuestra cadena de suministro varía notablemente según el riesgo. Aun así, tenemos un modelo de cadena de suministro general, el cual cubre los pasos básicos de nuestras operaciones más comunes, tal como se grafica a continuación: (GRI 102-9)
Nuestra cadena de suministro se inicia con el apoyo de proveedores administrativos a nivel nacional, cuyo número alcanzó los 748

en el año 2017. Estos nos proveen de los servicios e insumos requeridos para el óptimo funcionamiento de nuestra empresa. El 99% de los proveedores son nacionales.

Posteriormente, iniciamos un proceso de negociación y venta directa con nuestros clientes a través de agencias, fuerza de venta directa y medios digitales. En otros casos, la venta del seguro se hace de manera indirecta por nuestros socios intermediarios. De esta manera, el cliente adquiere su póliza a través de algún canal no tradicional como el retail y los bancos, o a través de un corredor de seguros. Así, brindamos el apoyo a través de cotizaciones, impresión de pólizas, entre otros medios. En esta etapa, se incorpora al Estado a través de las regulaciones aplicables a nuestro negocio.

CADENA DE SUMINISTRO GENERAL EN RIMAC SEGUROS



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

PROVEEDORES TÉCNICOS VEHICULARES (GRI 102-9)

Poseemos una Red de Proveedores Vehiculares que forman parte de un proceso de evaluación permanente, basado en nuestro Modelo de Gestión Operativa para mantener la calidad del servicio en los niveles adecuados. Ello nos permite liderar el mercado asegurador.

Los proveedores técnicos vehiculares brindan los servicios de procuración, grúa, auxilio mecánico, conductor de reemplazo, vehículo de reemplazo, talleres y autopartes.

Durante el periodo 2016-2017, continuamos con el exitoso Proceso de Homologación a los proveedores de talleres en Lima, que considera la evaluación de diversos criterios: infraestructura, equipamiento, gestión administrativa, calidad de los trabajos realizados y percepción de los asegurados. Como resultado, los proveedores están más comprometidos con la mejora continua que promovemos.

Adicionalmente, nos hemos mantenido con un enfoque de eficiencia, calidad y rentabilidad al potenciar a los proveedores de autopartes de las principales marcas, debido a que en el mercado se presentan empresas que brindan repuestos usados a precios más bajos. Ante ello, nos aseguramos, a través de nuestros controles de calidad, que la instalación se realice con repuestos nuevos, ya sean originales o alternativos, pero de calidad.

Finalmente, la evaluación que mide la satisfacción de nuestros clientes tuvo metas exigentes para el año 2017 las mismas que nos propusimos como un reto y que resultaron cumplidas.

El monto pagado a nuestros proveedores vehiculares por las atenciones brindadas a nuestros clientes y a nosotros es de US\$90 MM.

PROVEEDORES DE SERVICIOS DE SALUD (GRI 102-9)

En RIMAC Seguros tenemos como objetivo primordial, en seguros de salud, financiar atenciones médicas con altos estándares de calidad y seguridad para todos nuestros asegurados, para lo cual, a través del área de Gestión de la Red de Salud, seleccionamos, negociamos y formalizamos la contratación de proveedores de servicios de salud en Lima y provincias (clínicas, centros médicos, policlínicos, institutos especializados, centros odontológicos, centros oftalmológicos, centros de apoyo al diagnóstico, consultorios, médicos a domicilio y ambulancias) que cumplan con los criterios de selección del área y los establecidos por los entes supervisores de salud (Minsa, SuSalud). Con esto, nos aseguramos de que las entidades contratadas son empresas de salud formalmente constituidas y que respetan nuestras políticas, así como las del Estado peruano respecto a las garantías explícitas de salud.

Con el fin de garantizar la continuidad y calidad del servicio, cada proveedor está sujeto a supervisiones periódicas donde verificamos temas relacionados a la infraestructura, procesos de atención y recurso humano disponible, así como encuestas de calidad de servicio. Así, reciben retroalimentación y apoyo de nuestra parte para detectar las oportunidades de mejora y lograr niveles óptimos de calidad en los servicios que ofrecen, tanto en las atenciones preventivas, curativas y rehabilitadoras en todas las especialidades médicas.



En este contexto, desplegamos anualmente nuestro Programa de Capacitación y Fidelización al personal front de los 15 principales proveedores en Lima con la intención de estandarizar conocimientos sobre nuestros productos y procesos, reforzar habilidades de comunicación y reconocer el esfuerzo de los que llegan a las metas de calidad propuestas, mediante un evento de premiación al cierre de cada año.

Por otro lado, el formato de los contratos realizados con los proveedores de servicios de salud se ajusta a la norma vigente de la Superintendencia de Salud (Susalud) y a nuestra política actual. En ese sentido, los convenios de salud descansan en normas legales vigentes en el Perú, incluyendo las de equidad y género, aseguramiento universal en salud, confidencialidad de la información, responsabilidad social, plan de continuidad, declaración de información de las Ipress, protección de datos personales, etc.

Durante el año 2017, mantuvimos a 455 proveedores de salud a nivel nacional incluyendo a las subseces de los mismos. De estos, 235 se encuentran en Lima y 220 distribuidos en provincias.

Asimismo, tenemos identificados a los servicios críticos de salud, los cuales son considerados así porque tienen gran impacto para el paciente en relación a su supervivencia. Estos son las unidades de cuidados intensivos de neonatos, pediatría y adultos, servicios de emergencia y servicio de traslados en ambulancias. Por ello, realizamos una evaluación sistemática, evaluando todo el proceso de atención desde la infraestructura, equipamiento, staff médico y técnico, organización del servicio y su impacto en los resultados de la atención que incluye la recuperación del paciente. Este proceso nos ayuda en la evaluación detallada de estos servicios y por consiguiente en el pago del justiprecio de los servicios que se contratan.

HOMOLOGACIÓN A PROVEEDORES (GRI 414-1)

Nuestros proveedores homologados en el rubro talleres cuentan con un contrato firmado en el año 2014 que considera los criterios de prácticas laborales definidas por nuestra área Legal. Dicho contrato incluye una cláusula de responsabilidad social que nos faculta a inspeccionar su cumplimiento, así como a resolver dicho contrato en caso el proveedor cuente con algún personal menor de edad entre sus trabajadores. Asimismo, se incluye nuestro Código de Conducta en su anexo VII, que contiene una Cláusula de Compromiso con la Comunidad, Medio Ambiente, Estado y Medios de Comunicación.

A través de las supervisiones inopinadas a los talleres venimos verificando el cumplimiento de lo arriba señalado.

Contamos con 22 talleres multimarca afiliados en 25 sedes. 20 cuentan con contrato y 2, al estar en periodo de prueba, mantienen un check list, donde están incluidas las preguntas de responsabilidad social. Una vez que aprueben el periodo, corresponde afiliarlos con contrato. El 100% de los talleres multimarca son evaluados según criterios sociales.

Del mismo modo, es importante señalar que el modelo de contrato de locación de servicios contiene de manera específica una cláusula de responsabilidad social, la misma que incluye temas de derechos humanos, laborales, cuidado del medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Lineamientos de responsabilidad social para contratar proveedores

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

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

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

1. Respaldo las prácticas de empleo justas y congruentes con los derechos humanos en el lugar de trabajo y proporcionar un entorno seguro y saludable.

2. Cumplir con todas las leyes aplicables relacionadas con horas laborables, compensación, derechos de los colaboradores, condiciones de trabajo y otras prácticas reguladas.

3. Permitir el acceso del Auditor de RIMAC Seguros a las instalaciones empleadas para brindar los servicios o productos. Esta acción se realizará con el fin de asegurar el cumplimiento de esta política.
4. Los proveedores deben entender y cumplir con el Código de Conducta de RIMAC Seguros que se les ha entregado.

5. Como mínimo, nuestros proveedores deberán cumplir con los siguientes estándares relacionados con sus operaciones de manera integral:

- **Leyes y Regulaciones:** El proveedor debe cumplir con todas las leyes aplicables, regulaciones y requisitos al abastecer y proporcionar servicios a la empresa.

- **Trabajo Infantil:** El proveedor no contratará menores de edad conforme a la definición de la ley local.

- **Trabajo Forzado:** El proveedor no practicará trabajo forzado ni obligatorio.

- **Maltrato Laboral:** El proveedor no empleará el abuso laboral físico ni psicológico.

- **Libertad de Asociación y Contrato Colectivo de Trabajo:** El proveedor cumplirá con las leyes locales aplicables sobre libertad de asociación y de negociación del contrato colectivo de trabajo.

- **Discriminación:** El proveedor cumplirá con todas las leyes locales sobre la no discriminación.

- **Salarios y Prestaciones:** El proveedor debe cumplir con salarios y prestaciones en conformidad con las leyes vigentes.

- **Horas Laborales y Tiempo Extra:** El proveedor debe cumplir con las horas laborales y tiempo extra en conformidad con las normas locales.

- **Seguridad e Higiene:** El proveedor debe cumplir con las condiciones laborales en conformidad con las regulaciones locales.

- **Medio Ambiente:** El proveedor debe cumplir con todas las leyes aplicables al cuidado del medio ambiente.

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

De la Mano con nuestros Corredores

En el año 2017 hemos mantenido la relación estratégica con los corredores de seguros, fortaleciendo nuestro compromiso con ellos a través de diversas iniciativas de relacionamiento, comunicación y soporte.

Durante el ejercicio 2017 se realizaron 20 capacitaciones para 350 socios comerciales de Lima y otros puntos estratégicos. Los principales temas que se tocaron durante estas 30 horas de capacitación fueron los principales atributos y cambios en los siguientes productos: riesgo cibernético, negocio seguro, SOAT digital, TREC (maquinaria móvil) y primer riesgo absoluto. También se comunicó las mejoras en los procesos de afiliación, el débito automático para el pago de pólizas y los reembolsos de seguros de salud y para el pago de comisiones a corredores.

La principal acción de capacitación fue el desarrollo del Programa de Alta Dirección y Gestión del Cambio de la mano con la Universidad de Piura dirigida a 38 socios comerciales quienes tuvieron la oportunidad de ser capacitados logrando un mejor desempeño en la dirección general de sus empresas. Se dictaron 40 horas logrando un nivel de satisfacción de 84% por parte de los asistentes.

Por otro lado, durante el año presentamos mejoras en diferentes herramientas para la buena gestión de la cartera de clientes. Entre las más importantes se encuentra Culqui, sistema que automatiza el cargo ayudando a las cobranzas del corredor. También se digitalizó el proceso de facturación, con el desarrollo de diversas plataformas: el Portal Corredores cuyo fin es revisar la producción actual y el estado de cobranza de cada póliza e identificar aquellas morosas y con riesgo de anulación; el Portal Empresas, para consultas online de EPS; y el Portal SCTR para cotizar, emitir y renovar pólizas.

Por el lado de comunicaciones y relacionamiento, los corredores han recibido diferentes comunicados, como el boletín mensual informativo, campañas comerciales con beneficios

exclusivos, cambios legislativos, comunicaciones de índole informativo —como el cierre de alguna oficina—, lanzamientos de nuevos servicios a nivel institucional, entre otros.

Finalmente, durante el periodo 2017, realizamos el evento Productividad en donde se premió a los corredores con mayor producción en el 2016 con un crucero por el mar mediterráneo, en donde los principales 35 corredores pudieron vivir experiencias únicas. También tuvimos más de 15 eventos de relacionamiento entre cenas y cocteles, además de celebrar el Día del Corredor de Seguros con los principales socios, entre otras acciones.

Cuidando el Mañana

Si bien nuestras actividades de negocio no generan un impacto significativo en el medio ambiente, desde el año 2013 hemos incorporado la gestión ambiental en nuestras operaciones a través del cálculo de nuestra huella de carbono corporativa. Durante el año 2017 esta medición se actualizó, recopilando la información de los periodos 2016 y 2015.

Los resultados de estas mediciones indican que las fuentes más importantes de generación de CO2 de nuestras operaciones son el consumo de papel y el traslado de casa al trabajo y viceversa de nuestros colaboradores. En este contexto, venimos impulsando desde hace varios años diversas iniciativas que buscan minimizar este impacto en el medio ambiente de manera sostenible.

Compensación de Pólizas

Durante el ejercicio 2017 medimos y compensamos, por cuarto año consecutivo, el 100% de nuestras emisiones de gas de efecto invernadero (GEI) generadas por el proceso de impresión y distribución de nuestras pólizas de seguros a nivel nacional.

Este proceso es compensado a través de la

compra de bonos de carbono emitidos por el Proyecto REDD+ de conservación de la Reserva Nacional de Tambopata, que reduce emisiones por deforestación evitada y promoviendo el desarrollo sostenible en Madre de Dios.

Este proyecto contribuye mediante sus bosques a la captura de gases de efecto invernadero y, por lo tanto, ayuda a mitigar los efectos negativos del cambio climático, así como a reducir el riesgo de inundaciones o sequías que afecten a las poblaciones vecinas. Este mantenimiento de periodos húmedos y secos aporta a la seguridad alimentaria de las comunidades vecinas, ya que permite mantener la productividad de los cultivos. Durante el periodo 2017 medimos las emisiones de CO2 equivalentes producto del proceso de emisión de pólizas físicas generadas en el 2016. Cabe destacar que estas emisiones se redujeron en 25% respecto a las registradas en el año 2015.



EMISIONES GENERADAS POR EL PROCESO DE EMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PÓLIZAS

| Fuente | Toneladas de CO ₂ Equivalentes en el Año 2015 | Toneladas de CO ₂ Equivalentes en el Año 2016 |
|--------------------|--|--|
| Emisión de pólizas | 927tCO ₂ e | 704tCO ₂ e |

Complementariamente, hemos continuado con el uso de bolsas biodegradables para la protección de las pólizas de seguros que enviamos a nuestros asegurados.

Consumo y Reciclaje de Papel

Hemos continuado realizando acciones para disminuir nuestro consumo de papel, concientizando a nuestros colaboradores sobre la importancia de racionalizar su uso y reciclar. Cabe destacar, por ejemplo, que todas nuestras impresoras están programadas para imprimir a doble cara, siendo esta la opción predeterminada cuando se imprime un documento. Asimismo, trabajamos con proveedores responsables que utilizan materiales renovables. Por ejemplo, el papel bond blanco utilizado en todas nuestras oficinas es 100% ecológico, elaborado con fibra de caña de azúcar, libre de ácido, 100% reciclable y biodegradable.

Por otro lado, en el año 2017 continuamos contribuyendo por sexto año consecutivo con el acopio y donación de papel en todas nuestras oficinas de Lima Metropolitana, como parte del programa Reciclame, cumple TU papel. Este programa es promovido por Kimberly Clark en favor de Aldeas Infantiles SOS. En el año 2017, como resultado de esta participación, reciclamos 29,788.27 kilos de papel, con lo cual se evitó la tala de 506 árboles y se ahorraron 2,383m³ de agua y 141,494kWh de energía. Además, se financió 89 becas para los niños y niñas de los hogares.

Plan de Movilidad Urbana Sostenible

En alianza con la Municipalidad de San Isidro, en el año 2017 nos convertimos en la primera empresa privada del país en contar con un Plan Institucional de Movilidad Urbana Sostenible con el fin de promover el transporte no motorizado desde y hacia nuestras oficinas. El próximo año se efectuará el lanzamiento de este plan junto con diversos incentivos de cara a los colaboradores que migren hacia medios de transporte sostenibles.

Sensibilización Ambiental

Con el objetivo de promover una cultura de prevención y de cuidado medioambiental, contamos con brigadistas medioambientales en nuestras sedes en Lima, quienes se encargan de promover las prácticas de reciclaje y ahorro de energía eléctrica en sus oficinas.

Con el mismo interés, en el periodo 2017 seguimos participando en campañas de sensibilización para el consumo responsable de energía a favor del medio ambiente, entre ellas La Hora del Planeta promovida por la World Wildlife Fund. Para ello, desarrollamos comunicaciones internas dirigidas a colaboradores, así como mensajes en redes sociales para la comunidad en general.

Consumo Eficiente de la Energía

Gradualmente y durante todo el año 2017, hemos instalado equipos que permitieron la reducción del consumo de energía en un 30%, como los equipos de AA categoría VRV, en áreas que operan 24 horas como la central de emergencia y la de consulta, empleando tensión de alimentación 3x380Vac. También instalamos equipos categoría Inverter/UMA en nuestra sede en Juan de Arona.

PRINCIPALES INDICADORES MEDIOAMBIENTALES (GRI 301-1) (GRI 302-1) (GRI 303-1)

| CONSUMO DE PAPEL | | CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA | | CONSUMO DE AGUA | |
|--|-------------------------------|------------------------------|------------------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| Año | Consumo Total (en Kilogramos) | Año | Consumo Total (en Megavatios-hora) | Año | Consumo Total (en Metros Cúbicos) |
| 2017 | 211,333Kg | 2016 | 2,342.187mWh | 2017 | 15,476m ³ |
| Reducción del 6% respecto al año 2016 | | 2017 | 2,286.779mWh | | |

A continuación, brindamos el detalle del total de toneladas de CO₂ equivalentes (tCO₂e) emitidas por RIMAC Seguros durante el año 2016: (GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3)

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN EL AÑO 2016 (MEDICIÓN EFECTUADA EN 2017)

| FUENTE | EMISIONES DE GEI (EN TONELADAS DE CO ₂ e EQUIVALENTES) | PARTICIPACIÓN (PORCENTAJE) |
|--|---|----------------------------|
| Alcance 1 | 193.25tCO₂e | 0.86% |
| Consumo de combustible - equipos fijos propios | 0.70tCO ₂ e | 0.003% |
| Consumo de combustible - vehículos propios | 177.13tCO ₂ e | 0.79% |
| Uso de equipos de aire acondicionado | 15.42tCO ₂ e | 0.07% |
| Alcance 2 | 7,730.35tCO₂e | 34.47% |
| Consumo de energía eléctrica de la Red Nacional | 7,730.35tCO ₂ e | 34.47% |
| Alcance 3 | 7,730.35tCO₂e | 34.47% |
| Consumo de papel | 4,687.34tCO ₂ e | 20.90% |
| Consumo de agua potable | 18.96tCO ₂ e | 0.08% |
| Uso de vehículos de terceros | 592.84tCO ₂ e | 2.64% |
| Traslado de colaboradores de casa al trabajo y viceversa | 5,284.42tCO ₂ e | 23.56% |
| Viajes aéreos | 727.80tCO ₂ e | 3.25% |
| Movilidad local - uso de taxi por colaboradores | 3.42tCO ₂ e | 0.02% |
| Generación de residuos sólidos | 101.06tCO ₂ e | 0.45% |
| Courier | 3,084.76tCO ₂ e | 13.76% |
| Total | 22,425tCO₂e | 100.00% |

Iniciativas de Mitigación del Impacto Ambiental de nuestros Productos y Servicios

- Medición y compensación al 100% de todo el proceso de elaboración y distribución de las pólizas de seguros, a través de la compra de bonos de carbono que benefician al Proyecto REDD+ de la Reserva Nacional de Tambopata.
- Utilización de bolsas biodegradables para la protección de las pólizas de seguros que se envía a los asegurados.
- Donación de papel destinado a reciclaje de todas las sedes de Lima Metropolitana a Aldeas Infantiles SOS como parte de la alianza mantenida con la empresa Kimberly Clark a través de su programa Reciclame, cumple TU papel.
- Desarrollo del Plan Institucional de Movilidad Urbana Sostenible en alianza con la Municipalidad de San Isidro, con el fin de promover medios de transporte no motorizados entre nuestros colaboradores.
- Desarrollo de campañas internas para la concientización del consumo responsable de los recursos naturales como el agua y la energía eléctrica.
- Uso del DNI como único documento necesario para la atención en centros de salud afiliados para todos nuestros asegurados, en lugar de un carné de PVC.
- Implementación de áreas verdes en diversas comunidades de Lima durante los tres eventos de voluntariado corporativo realizados durante el año.
- Uso de papel blanco bond 100% ecológico en todas nuestras oficinas, elaborado con fibra de caña de azúcar, reciclable y biodegradable.
- Uso de tecnología de iluminación LED en las sedes de Wilson y Juan de Arona para reducir el consumo de energía.
- Uso de sistema economizador de agua en los lavatorios de las sedes de Wilson y Juan de Arona.
- Uso, en la sede de Juan de Arona, de un sistema economizador de agua para la reducción de su consumo en los tanques, pasando de 6 a 4 litros.

Premios y Reconocimientos

Durante el ejercicio 2017 nuestro esfuerzo se vio reflejado en una serie de premios y reconocimientos:

1.

MERCO EMPRESAS PUESTO 8

El Ranking MERCO Empresas 2017 nos reconoció dentro de las 10 primeras empresas con mejor reputación del país y como la mejor del sector asegurador.

2.

MERCO RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO PUESTO 10

El Ranking MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2017, que mide las empresas más responsables del país, nos reconoció dentro del top 10 como la mejor de la industria aseguradora.

3.

MERCO TALENTO PUESTO 18

El Ranking MERCO Talento 2017 nos reconoció entre las empresas con mayor potencial para atraer y retener talento en el país. Ascendimos 3 posiciones en dicho ranking desde la edición anterior, ocupando ahora el puesto 18.

4.

EMPRESAS SOS

Fuimos reconocidos por el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo y por el Ministerio del Interior por nuestro aporte al país durante la emergencia nacional por motivo del fenómeno de El Niño.

5.

LA VOZ DEL MERCADO

La Bolsa de Valores de Lima (BVL), junto con E&Y, reconocieron nuestras prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

6.

CCL MEJOR SEGURO EMPRESA

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) en su Encuesta Anual de Ejecutivos, nos reconoció como la empresa preferida por los ejecutivos en la categoría Mejor Seguro Empresarial.

7.

CCL MEJOR EPS

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) en su Encuesta Anual de Ejecutivos nos reconoció como la empresa preferida por los ejecutivos en la categoría Mejor EPS.

8.

BOLSA DE VALORES DE LIMA EMPRESA CON BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

Fuimos reconocidos nuevamente por la Bolsa de Valores de Lima como una de las empresas listadas con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo en el Perú.

9.

ALIADO POR LA EDUCACIÓN 2016

El Ministerio de Educación reconoció nuestra contribución al sector educativo nacional en la categoría Mejora de Aprendizajes, gracias al programa integral de prevención Yo me Cuido.



5. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI/ PACTO MUNDIAL/ ISO 26000/ODS

(GRI 102-54), (GRI 102-55)



| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS | |
|---|---|---------------|---------|--|---------------|-----------------|---------|
| FUNDAMENTOS | | | | | | | |
| GRI 101: Fundamentos 2016 | - | - | - | - | - | - | |
| CONTENIDOS GENERALES | | | | | | | |
| GRI 102: Contenidos generales 2016 | 102-1: Nombre de la empresa. | 11 | - | 6.3.10, 6.4.1, 6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5,7,8 | - | - | |
| | 102-2: Principales marcas, productos y/o servicios. | 18 | - | | - | - | |
| | 102-3: Ubicación de la sede principal. | 2 | - | | - | - | |
| | 102-4: Ubicación de las operaciones | 17 | - | | - | - | |
| | 102-5: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 2 | - | | - | - | |
| | 102-6: Mercados servidos. | 18-19 | - | | - | - | |
| | 102-7: Tamaño de la empresa. | 22 | - | | - | - | |
| | 102-8: Información sobre empleados y otros trabajadores. | 69-70 | - | | - | Principio 6 | ODS N°8 |
| | 102-9: Descripción de la cadena de cadena de suministro. | 51-52 | - | | - | - | - |
| | 102-10: Cambios significativos en la empresa y en la cadena de suministros. | 21 | - | | - | - | - |
| | 102-11: Descripción de cómo la empresa ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 28-29 | - | | - | - | - |
| | 102-12: Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la empresa suscriba o apruebe. | 28-29, 34, 50 | - | | - | - | - |
| | 102-13: Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de promoción/lobby. | 21 | - | | - | - | - |
| | 102-14: Declaración del presidente del Directorio sobre la relevancia de la sostenibilidad para la empresa y su estrategia. | 9 | - | | - | 4.7, 6.2, 7.4.2 | - |
| 102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta de la empresa. | 17, 28 | - | - | 4.4, 6.6.3 | Principio 10 | ODS N°16 | |
| 102-18: Estructura de gobierno de la empresa. | 34 | - | - | 6.2, 7.4.3, 7.7.5 | - | - | |
| 102-40: Relación de los grupos de interés de la empresa. | 29 | - | - | 5.3 | - | - | |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|------------------------------------|---|----------------------------------|---------|---|---------------|---------|
| FUNDAMENTOS | | | | | | |
| GRI 102: Contenidos generales 2016 | 102-41: Acuerdos de negociación colectiva. | 51 | - | 6.3.10, 6.4.1, 6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8 | Principio 3 | ODS N°8 |
| | 102-42: Base para la identificación y selección de grupos de interés. | 29 | - | 5.3 | - | - |
| | 102-43: Enfoques adoptados para la participación de los grupos de interés. | 30-31 | - | | - | - |
| | 102-44: Principales preocupaciones y asuntos de interés, por grupo de interés, que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés. | 31 | - | | - | - |
| | 102-45: Entidades incluidas en los estados financieros consolidados. | 11 | - | 5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4 | - | - |
| | 102-46: Proceso de definición del contenido y cobertura del reporte de sostenibilidad. | 11, 12, 13 | - | | - | - |
| | 102-47: Temas materiales identificados. | 13 | - | | - | - |
| | 102-48: Explicación del efecto de cualquier cambio en la información reportada en los reportes de sostenibilidad previos. | 11- 13 | - | | - | - |
| | 102-49: Cambios significativos en relación con reportes anteriores. | 11 | - | | - | - |
| | 102-50: Periodo que cubre el reporte de sostenibilidad. | 11 | - | | 7.5.3, 7.6.2 | - |
| | 102-51: Fecha del último reporte de sostenibilidad. | 11 | - | - | | - |
| | 102-52: Ciclo de reportaje. | 11 | - | - | | - |
| | 102-53: Punto de contacto. | 2 | - | - | | - |
| | 102-54: Declaración de elaboración del reporte de conformidad con los estándares GRI. | 61 | - | - | | - |
| | 102-55: Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro del reporte de sostenibilidad. | 61-65 | - | - | | - |
| | 102-56: Políticas y prácticas de verificación externa del reporte de sostenibilidad. | Este reporte no ha sido auditado | - | - | - | - |
| TEMAS MATERIALES | | | | | | |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 22 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 22 | - | - | - | - |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|--|--|---------|---------|------------------------------------|--------------------|----------------------|
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | | | | |
| GRI 201: Desempeño Económico 2016 | 201-1: Valor económico directo generado y distribuido. | 23 | - | 6.8.1, 6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9 | - | ODS N°2, 5, 7, 8, 9 |
| | 201-2: Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático. | 24-25 | - | 6.5.5 | - | ODS N°13 |
| PRESENCIA EN EL MERCADO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 47 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 47 | - | - | - | - |
| GRI 202 Presencia en el Mercado 2016 | 202-1: Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local. | 72 | - | 6.4.3, 6.8.1, 6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, | Principio 6 | ODS N°1,5,8 |
| IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11 - 13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 42 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 42 | - | - | - | - |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | 203-1: Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados. | 42, 45 | - | 6.3.9, 6.8.1, 6.8.2, 6.8.7, 6.8.9 | - | ODS N°2, 5, 7, 9, 11 |
| ANTICORRUPCIÓN | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 35 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 35 | - | - | - | - |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-1: Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción. | 35 | - | 6.6.1, 6.6.2, 6.6.3 | Principio 10 | ODS N°16 |
| | 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción. | 35 | - | 6.6.1, 6.6.2, 6.6.3 | Principio 10 | ODS N°16 |
| MATERIALES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 56 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 56 | - | - | - | - |
| GRI 301: Materiales 2016 | 301-1: Materiales utilizados por peso y volumen | 57 | - | 6.5.4 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°8, 12 |
| ENERGÍA | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes | 56 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión | 56 | - | - | - | - |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1: Consumo energético dentro de la empresa | 57 | - | 6.5.4 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°7, 8, 12, 13 |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|---|---|-----------|---------|--------------|--------------------|-------------------------|
| AGUA | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 58 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 58 | - | - | - | - |
| GRI 303: Agua 2016 | 303-1: Captación total de agua según la fuente. | 57 | - | 6.5.4 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°6 |
| EMISIONES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 55-56, 58 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 55-56, 58 | - | - | - | - |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1: Emisiones directas de GEI. (alcance 1) | 57 | - | 6.5.5 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-2: Emisiones indirectas de GEI al generar energía. (alcance 2) | 57 | - | 6.5.5 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-3: Otras emisiones indirectas de GEI. (alcance 3) | 57 | - | 6.5.5 | Principio 7, 8 y 9 | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| EMPLEO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 47, 48 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 47, 48 | - | - | - | - |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal. | 70 | - | 6.4.3 | Principio 6 | ODS N°5, 8 |
| RELACIONES TRABAJADOR - EMPRESA | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 47 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 47 | - | - | - | - |
| GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016 | 402-1: Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales. | 47 | - | 6.4.3, 6.4.5 | Principio 3 y 6 | ODS N°8 |
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 49 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 49 | - | - | - | - |
| GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2016 | 403-1: Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad. | 49 | - | 6.4.6 | Principio 6 | ODS N°8 |
| | 403-2: Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional. | 50 | - | 6.4.6, 6.8.8 | Principio 6 | ODS N°3, 8 |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|--|---|--------|---------|--|--------------------|----------------|
| FORMACIÓN Y ENSEÑANZA | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 48 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 48 | - | - | - | - |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-1: Media de horas de formación al año por empleado. | 46, 72 | - | 6.4.7 | Principio 6 | ODS N°4, 5, 8 |
| | 404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición. | 48 | - | 6.4.7, 6.8.5 | Principio 6 | ODS N°8 |
| | 404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional. | 48 | - | 6.4.7 | Principio 6 | ODS N°5, 8 |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 48 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 48 | - | - | - | - |
| GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016 | 405-1: Diversidad del Directorio y empleados por categoría profesional. | 71 | - | 6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3 | Principio 6 | - |
| NO DISCRIMINACIÓN | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 50 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 50 | - | - | - | - |
| GRI 406: No Discriminación 2016 | 406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas. | 50 | - | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3 | Principio 1, 2 y 6 | ODS N°5, 8, 16 |
| LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 51 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 51 | - | - | - | - |
| GRI 407: Libertad de Asociación y Negociación colectiva 2016 | 407-1: Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo. | 51 | - | 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.5, 6.6.6 | Principio 1, 2 y 3 | ODS N°8 |
| TRABAJO INFANTIL | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 50 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 50 | - | - | - | - |
| GRI 408: Trabajo infantil 2016 | 408-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil. | 50 | - | 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4 | Principio 1, 2 y 5 | ODS N°8, 16 |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|---|--|--------|---------|------------------------------------|--------------------|----------------|
| TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 50 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 50 | - | - | - | - |
| GRI 409: Trabajo Forzoso u obligatorio 2016 | 409-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio. | 50 | - | 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.10, 6.6.6 | Principio 1, 2 y 4 | ODS N°8 |
| EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 28-29 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 28-29 | - | - | - | - |
| GRI 412: Evaluación de Derechos Humanos 2016 | 412-3: Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos. | 28-29 | - | 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5 | Principio 1 y 2 | - |
| COMUNIDADES LOCALES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 42 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 42 | - | - | - | - |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. | 42-47 | - | 6.3.9, 6.5.1, 6.5.2, 6.5.3, 6.8 | Principio 1 y 2 | - |
| | FS14: Iniciativas para mejorar el acceso a los seguros a personas desfavorecidas/vulnerables. | 41 | - | - | - | ODS N°1, 8, 10 |
| EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 53-54 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 53-54 | - | - | - | - |
| GRI 414: Evaluación Social de Proveedores 2016 | 414-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales. | 53 | - | - | Principio 6 | ODS N°16 |
| SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 41 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 41 | - | - | - | - |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | 416-1: Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios. | 41 | - | 6.7.1, 6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8 | - | - |
| MARKETING Y ETIQUETADO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 37 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 37 | - | - | - | - |

| Estándar GRI | Contenido | Página | Omisión | ISO 26000 | Pacto Mundial | ODS |
|---|---|--------|---------|-----------------------------------|---------------|----------------|
| MARKETING Y ETIQUETADO | | | | | | |
| GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016 | 417-1: Transparencia en la Información: Requerimientos para la información de productos y servicios. | 37-38 | - | 6.7.1, 6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5 | - | ODS N°12 |
| | 417-2: Resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | 39 | - | 6.7.1, 6.7.2, 6.7.6 | - | - |
| | FS16: Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación en seguros según el tipo de beneficiario. | 40 | - | - | - | ODS N°1, 8, 10 |
| CUMPLIMIENTO REGULATORIO SOCIOECONÓMICO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 37 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 37 | - | - | - | - |
| GRI 419: Cumplimiento Regulatorio Socioeconómico 2016 | 419-1: Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico. | 37 | - | 4.6, 6.7.1, 6.7.2, 6.7.6 | - | ODS N°16 |
| PORTAFOLIO DE PRODUCTOS | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 28-29 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 28-29 | - | - | - | - |
| - | FS1: Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio. | 28-29 | - | - | - | ODS N°10 |
| | FS2: Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio. | 28-29 | - | - | - | ODS N°10 |
| | FS3: Procesos para monitorear la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones. | 28-29 | - | - | - | ODS N°10 |
| DESARROLLO DIGITAL E INNOVACIÓN | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 35 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 35 | - | - | - | - |
| COMUNICACIÓN CON CORREDORES | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 55 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 55 | - | - | - | - |
| GESTIÓN DEL RIESGO | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 11-13 | - | - | - | - |
| | 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 24 | - | - | - | - |
| | 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 24 | - | - | - | - |

“Somos un gran equipo de personas,”



6. ANEXOS

DEMOGRAFÍA DE LOS COLABORADORES (GRI 102-8)

| DESGLOSE DE COLABORADORES EN EL AÑO 2017 | | | |
|--|-----------|--------|-------|
| SECTORES ABASTECIDOS | GÉNERO | NÚMERO | TOTAL |
| Colaboradores en planilla | Femenino | 1844 | 2970 |
| | Masculino | 1126 | |
| Practicante | Femenino | 30 | 71 |
| | Masculino | 41 | |
| TOTALES | Femenino | 1,874 | 3,041 |
| | Masculino | 1167 | |

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO 2017

| Contratos | Categoría profesional | Región de procedencia | Género | Número | Total por región | Total por categoría profesional | Total por tipo de contrato |
|---------------|--------------------------------|-----------------------|-----------|--------|------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Indeterminado | Colaboradores | LIMA | Femenino | 600 | 1,124 | 1,160 | 1,902 |
| | | | Masculino | 524 | | | |
| | PROVINCIAS | Femenino | 21 | 36 | | | |
| | | Masculino | 15 | | | | |
| | Colaboradores fuerza de ventas | LIMA | Femenino | 324 | 452 | | |
| | | | Masculino | 128 | | | |
| PROVINCIAS | Femenino | 121 | 178 | | | | |
| | Masculino | 57 | | | | | |
| Funcionarios | LIMA | Femenino | 36 | 112 | | | |
| | | Masculino | 76 | | | | |
| | PROVINCIAS | Femenino | 0 | 0 | | | |
| | | Masculino | 0 | | | | |
| Plazo fijo | Colaboradores | LIMA | Femenino | 153 | 261 | 273 | 1,068 |
| | | | Masculino | 108 | | | |
| | PROVINCIAS | Femenino | 10 | 12 | | | |
| | | Masculino | 2 | | | | |
| | Colaboradores fuerza de ventas | LIMA | Femenino | 455 | 630 | | |
| | | | Masculino | 175 | | | |
| PROVINCIAS | | Femenino | 124 | 164 | | | |
| | | Masculino | 40 | | | | |

| Contratos | Categoría profesional | Región de procedencia | Género | Número | Total por región | Total por categoría profesional | Total por tipo de contrato |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------|--------|------------------|---------------------------------|----------------------------|
| | Funcionarios | LIMA | Femenino | 0 | 1 | 1 | |
| | | | Masculino | 1 | | | |
| Pre-Profesional | Practicante | LIMA | Femenino | 30 | 71 | 71 | 71 |
| | | | Masculino | 41 | | | |

ROTACIÓN DE COLABORADORES (GRI 401-1)

| NUEVAS CONTRATACIONES EN EL AÑO 2017 | | | |
|--------------------------------------|-----------|--------------------|-------------------------|
| Región | Género | Rango edad | Número de personas 2014 |
| Lima | Femenino | Menores de 30 años | 328 |
| | | Entre 30 y 50 años | 329 |
| | | Mayores de 50 años | 21 |
| | Masculino | Menores de 30 años | 218 |
| | | Entre 30 y 50 años | 203 |
| | | Mayores de 50 años | 15 |
| Provincias | Femenino | Menores de 30 años | 34 |
| | | Entre 30 y 50 años | 69 |
| | | Mayores de 50 años | 8 |
| | Masculino | Menores de 30 años | 23 |
| | | Entre 30 y 50 años | 35 |
| | | Mayores de 50 años | 6 |
| TOTAL DE NUEVAS CONTRATACIONES | | | 1,289 |

| CESES EN EL AÑO 2017 | | | |
|----------------------|-----------|--------------------|-------------------------|
| Región | Género | Rango edad | Número de personas 2014 |
| Lima | Femenino | Menores de 30 años | 261 |
| | | Entre 30 y 50 años | 432 |
| | | Mayores de 50 años | 59 |
| | Masculino | Menores de 30 años | 134 |
| | | Entre 30 y 50 años | 232 |
| | | Mayores de 50 años | 23 |
| Provincias | Femenino | Menores de 30 años | 118 |
| | | Entre 30 y 50 años | 237 |
| | | Mayores de 50 años | 22 |
| | Masculino | Menores de 30 años | 93 |
| | | Entre 30 y 50 años | 156 |
| | | Mayores de 50 años | 18 |
| CESES TOTALES | | | 1,785 |

| ROTACIÓN TOTAL POR GÉNERO EN EL AÑO 2017 | |
|--|--------|
| GENERO | 2017 |
| Masculino | 56.21% |
| Femenino | 60.25% |

| ROTACIÓN TOTAL POR EDAD EN EL AÑO 2017 | |
|--|--------|
| RANGO DE EDAD | 2017 |
| Menos de 21 años | 0.47% |
| Entre 21 y 30 años | 53.92% |
| Entre 31 y 40 años | 52.37% |
| Entre 41 y 50 años | 22.27% |
| Entre 51 y 60 años | 8.30% |
| Más de 60 años | 1.16% |

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (GRI 405-1)

| DIVERSIDAD DE COLABORADORES EN EL AÑO 2017 | | |
|--|------------|-------------|
| MENORES DE 30 AÑOS | | |
| TIPO DE COLABORADOR | 2017 | |
| | VARONES | MUJERES |
| Colaboradores | 192 | 232 |
| Colaboradores, Fuerza de Ventas | 82 | 236 |
| Funcionarios | 1 | 0 |
| Practicantes | 41 | 30 |
| SUBTOTAL | 316 | 498 |
| ENTRE 30-50 años | | |
| TIPO DE COLABORADOR | 2017 | |
| | VARONES | MUJERES |
| Colaboradores | 422 | 516 |
| Colaboradores, Fuerza de Venta | 264 | 666 |
| Funcionarios | 64 | 30 |
| Practicantes | 0 | 0 |
| SUBTOTAL | 750 | 1212 |
| MAYORES DE 50 años | | |
| TIPO DE COLABORADOR | 2017 | |
| | VARONES | MUJERES |
| Colaboradores | 35 | 30 |
| Colaboradores, Fuerza de Venta | 54 | 122 |
| Funcionarios | 12 | 6 |
| Practicantes | 0 | 0 |
| SUBTOTAL | 101 | 164 |

CAPACITACIÓN DE COLABORADORES (GRI 404-1)

| COLABORADORES CAPACITADOS POR GÉNERO | Nº COLABORADORES EN RIMAC ¹³ | COLABORADORES CAPACITADOS | TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN | HORA DE FORMACIÓN PER CÁPITA |
|--------------------------------------|---|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 2017 | | | | |
| Femenino | 2191 | 624 | 12,018 | 5.48 |
| Masculino | 1309 | 494 | 17,025 | 13.01 |
| Total general | 3,500 | 1,118 | 29,043 | 8.30 |

| COLABORADORES CAPACITADOS POR CATEGORÍA LABORAL | Nº COLABORADORES EN RIMAC | COLABORADORES CAPACITADOS | TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN | HORA DE FORMACIÓN PER CÁPITA |
|---|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 2017 | | | | |
| Empleado | 3047 | 842 | 13,584 | 8.02 |
| Gerente | 67 | 56 | 2,377 | 107.87 |
| Jefe | 223 | 142 | 4,511 | 20.23 |
| Practicante | 74 | 16 | 282 | 3.81 |
| Asistente | 22 | 0 | 0 | 0.00 |
| Subgerente | 67 | 62 | 8,290 | 123.72 |
| TOTAL GENERAL | 3,500 | 1,118 | 29,043 | 8.30 |

RATIO DEL SALARIO INICIAL DE LOS COLABORADORES VS. EL SALARIO MÍNIMO LOCAL (GRI 202-1)

| GÉNERO | SALARIO INICIAL | SALARIO MÍNIMO LOCAL |
|-----------------|-----------------|----------------------|
| AÑO 2017 | | |
| Masculino | S/1,200 | S/850 |
| Femenino | S/1,200 | S/850 |

Diseño y diagramación



Dirección de arte:
LUIS MIGUEL CASTRO
ANA MARÍA JESFEN

aeme.pe

RIMAC