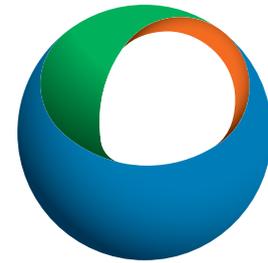
A close-up photograph of a person's hand reaching out to touch a stalk of wheat in a field. The hand is positioned in the upper right quadrant, with fingers gently touching the wheat. The wheat stalks are green and have long, thin awns. The background is a soft-focus field of similar wheat, creating a sense of depth and tranquility. The overall color palette is dominated by various shades of green, from vibrant to muted, with a warm, golden light suggesting a late afternoon or early morning setting.

vive pacífico

A close-up photograph of a person's hand gently touching the heads of wheat in a lush green field. The background is a soft-focus expanse of wheat stalks. A large white circle is overlaid on the center of the image, containing the text 'memoria anual 2011'.

memoria anual 2011

memoria anual 2011



pacífico
seguros

contenido

Declaración de responsabilidad

Carta del Presidente

Directorio

Gerencia

Entorno económico

El mercado asegurador peruano

Un nuevo compromiso: vive pacífico

Misión y Visión

Estrategia corporativa

Informe de Gestión Pacífico Seguros

- Productos y Servicios
- Canales de distribución
- Nuevos mercados: provincias
- Suscripción y Reaseguros
- Administración de Riesgos

Informe de Gestión Pacífico Salud EPS

Informe de Gestión Pacífico Vida

Áreas de Soporte

- División de Planeamiento, Procesos y Tecnología
- Marketing
- Gestión de Clientes
- Responsabilidad Social Empresarial
- Administración, y Gestión y Desarrollo Humano

Datos generales de nuestra compañía

Entorno jurídico

Gobierno Corporativo

Capital social

Política de dividendos

Principales oficinas en Lima y provincias



declaración de responsabilidad

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros durante el año 2011. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables de su contenido, conforme a los dispositivos legales aplicables.

Lima, 9 de febrero de 2012

David Saettone Watmough
Gerente General

Pablo Rojas Soto
Gerente Central de Finanzas



carta del presidente

Estimados accionistas:

En nombre del Directorio de Pacífico Seguros, me complace dirigirme a ustedes y presentarles el informe de gestión correspondiente al año 2011, que estuvo caracterizado

El Perú siguió ubicándose como una de las economías más dinámicas de América Latina.

por la incertidumbre a raíz de una intensa campaña electoral que, en lo político, generó una marcada polarización y, en lo económico, incógnitas sobre el rumbo que tomaría el nuevo Gobierno, lo que generó un clima de desconfianza y desaceleración de la economía del país. A ello se sumaron la agudización de la crisis económica mundial —esta vez enfocada en la zona europea— y la precaria situación de la economía de los Estados Unidos.

por la incertidumbre a raíz de una intensa campaña electoral que, en lo político, generó una marcada polarización y, en lo económico, incógnitas sobre el rumbo que tomaría el nuevo Gobierno, lo que generó un clima de desconfianza y desaceleración de

A pesar de estos factores internos y externos, la economía peruana logró un crecimiento del PBI cercano al 6.8% que, si bien se encuentra por debajo de los niveles alcanzados en años anteriores, permitió que el Perú siguiera ubicándose como una de las economías más dinámicas de América Latina. En gran medida, este favorable desempeño económico se debió al mensaje integrador que planteó el nuevo Gobierno a partir del segundo semestre de 2011 —que ayudó a reducir la polarización generada durante el proceso electoral—, y a las claras señales que emitió con respecto a la continuidad del modelo económico, que ayudaron a disminuir los niveles de incertidumbre y restablecieron las condiciones necesarias para fomentar la inversión privada, tanto nacional como extranjera.

Dentro del escenario descrito, y a partir de la reconocida solidez que hemos alcanzado, Pacífico Seguros concretó dos transacciones de gran importancia: la adquisición del 24.0% de las acciones de Pacífico Vida que estaban en manos de Credicorp Ltd. por un

monto de US\$ 64 millones; y, en segundo lugar, la inversión de aproximadamente US\$110 millones que Pacífico Salud EPS consolide su liderazgo en el mercado de salud, integrándose verticalmente y desarrollando la red privada de prestación médica más grande del país.

Estas operaciones fueron financiadas, en parte, mediante la emisión del primer programa de bonos subordinados de Pacífico Seguros por un total de US\$ 60 millones. La colocación fue un éxito, con una demanda que superó la oferta en más del doble para exceder los US\$ 127 millones, lo que demuestra claramente la confianza que la marca Pacífico genera en los inversionistas.

El 2011 marcó un hito en la historia de nuestra empresa al concretarse la integración de nuestras tres unidades de negocio: Seguros Generales, Salud y Vida. De esta manera, dimos un paso muy importante para brindar a nuestros asegurados una oferta integral de seguros con una perspectiva moderna y original para el mercado peruano, que, a su vez, nos ha permitido generar a nivel interno una valiosa sinergia, particularmente en las gerencias relacionadas con los procesos de inversiones, marketing, administración, recursos humanos, contabilidad, operaciones y auditoría.

Por su parte, el trabajo coordinado de la fuerza de ventas de Pacífico Vida nos ha permitido lograr sinergias adicionales al incorporar algunos productos de Seguros Generales —principalmente Accidentes, Autos y Salud— en su oferta. Asimismo, ha propiciado la transferencia del conocimiento necesario para desarrollar una fuerza de ventas especializada en seguros generales que contribuirá a lograr una mayor capilaridad y menores costos de distribución que los de los canales actuales. Esperamos que esta fuerza de ventas supere el 20.0% de nuestras ventas de seguros generales en 2015.

Contexto económico

Pese a que 2011 fue un año de incertidumbre, nuestra economía mantuvo el liderazgo en el crecimiento entre las economías de la región impulsado por la inversión privada, que creció aproximadamente en 11.0%, y cuyos sectores más activos fueron Servicios y Comercio.

En cuanto a la inflación, esta se ubicó en 4.8%, una cifra por encima del rango objetivo de 1.0% a 3.0% fijado por el Banco Central de Reserva del Perú. Este incremento inflacionario fue originado, en buena parte, por el aumento de los precios de los alimentos importados.

En lo que respecta al tipo de cambio, el nuevo sol registró una apreciación anual de 3.9%, que, al cierre del año, colocó la cotización en 2.7 soles/dólar. Ello reflejó el mejor desempeño de la economía peruana con relación a sus pares de la región.

Y fue, precisamente, este buen desempeño de nuestra economía —que no perdió el rumbo a pesar de un complejo año electoral—, lo que dio lugar a que Standard & Poors y Fitch Ratings, las prestigiosas calificadoras de riesgo, incrementaran la calificación crediticia del Perú, que mejoró de BBB- a BBB. Es importante destacar que este logro se alcanzó en un contexto de crisis internacional, en el que países como Italia, España, Portugal, Grecia, Irlanda y, por primera vez, los Estados Unidos sufrieron notorias reducciones en sus calificaciones crediticias.

El mercado de seguros

Al cierre de 2011, la industria aseguradora peruana había crecido a tasas cercanas al 13.2% con respecto al año 2010, y había obtenido un nivel total de primas de US\$ 2,620 millones. Los negocios de Seguros Generales alcanzaron US\$ 1,383 millones en primas directas, 15.3% por encima de lo conseguido en 2010. A su vez, los negocios de Salud y

Vida registraron crecimientos en primas de más de 19.1% y 11.0%, respectivamente, en comparación con los del año anterior. Asimismo, la utilidad de la industria aseguradora peruana superó los US\$ 327 millones, 55.2% más que la cifra alcanzada en 2010.

En cuanto a la industria aseguradora mundial, 2011 fue el año con el mayor nivel de pérdidas por catástrofes naturales de la historia, que bordeó los US\$ 380 mil millones y superó ampliamente el récord anterior de US\$ 262 mil millones de 2005. Los sismos ocurridos en Japón y Nueva Zelanda, los tornados en Estados Unidos, así como las inundaciones que afectaron Tailandia y Australia generaron inmensas pérdidas en este sector. Como parámetro, baste señalar que el devastador terremoto y el tsunami en Japón ocasionaron más de US\$ 100 mil millones en pérdidas de bienes asegurados.

Otro impacto negativo en las utilidades de la industria aseguradora mundial fueron los menores ingresos financieros, debido a la turbulencia de los mercados de capitales y a la notoria disminución en el crecimiento de la economía mundial. Estos aspectos derivaron en una reducción de las tasas de interés a niveles mínimos históricos y en una pérdida de valor en la deuda soberana de diversos países, especialmente los europeos.

Esta combinación de mayor siniestralidad y menores ingresos financieros de la industria aseguradora mundial dieron lugar al incremento de las primas de los reaseguros catastróficos, sobre todo en la industria de Seguros Generales.

Resultados

A pesar de un contexto interno y externo más exigente, el adecuado manejo y el profesionalismo de Pacífico Seguros hicieron posible que la empresa y sus subsidiarias obtuvieran resultados favorables en sus respectivas unidades de negocio —Seguros Generales, Salud y Vida—, entre los que destacó el sobresaliente resultado conseguido por Pacífico Vida. De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), Pacífico Seguros registró una utilidad neta de US\$ 57.1 millones después de interés minoritario, que superó la ganancia de US\$ 55.3 millones obtenida en 2010.

Pacífico Seguros (PPS)

En el negocio de Seguros Generales, la producción logró US\$ 378.6 millones en prima directa y US\$ 228.9 millones en prima neta ganada, cifras que superaron en 13.5% a las obtenidas en el año anterior. Este crecimiento se concentró, principalmente, en los

negocios de Seguros Vehiculares, Asistencia Médica y Líneas Personales, en concordancia con el objetivo estratégico de alcanzar una mayor participación en el rubro de Riesgos Atomizados.

Los ratios de Siniestralidad y de Gastos de Adquisición, sin embargo, se vieron afectados por una mayor competencia, especialmente en el canal tradicional de corredores, que ejerció presión a la baja en las tasas y exigió mayores comisiones por la venta de seguros. Así, el ratio de Siniestralidad se incrementó en 4% y el de Comisiones a Prima Neta Ganada aumentó en 1.1% con respecto al año 2010.

Si bien nuestro ratio de Gastos Administrativos a Prima Neta Ganada continúa siendo más eficiente que el de nuestros competidores, este se deterioró en 2011 debido a las inversiones que estamos realizando para diversificar nuestros canales de distribución y fortalecer nuestra presencia en provincias. De esta manera, los gastos generales crecieron en un 22% con respecto al año anterior, lo que nos permitió consolidar una potente fuerza de ventas directa de 195 vendedores y lograr una mayor presencia en los conos de Lima y en las principales ciudades de provincias, como Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Piura.

Cabe destacar que, a pesar del pobre desempeño de los mercados de capitales mundiales, Pacífico Seguros obtuvo ingresos financieros por US\$ 27 millones como resultado de la adecuada composición y diversificación de su cartera de inversiones, lo que representó un 10% más en relación con el año 2010.

De esta forma, el negocio de Seguros Generales cerró 2011 con una utilidad neta de US\$ 14.2 millones, que, si bien es una suma significativamente menor que los US\$ 28.2 millones del año anterior, constituye una inversión muy importante para diversificar nuestros canales de distribución e incrementar nuestra presencia en provincias.

Pacífico Salud EPS

Pacífico Salud EPS alcanzó una producción de US\$ 171.6 millones, cifra superior en 17.2% a la obtenida el año anterior. Al igual que en Seguros Generales, el negocio de Seguros de Salud se vio afectado por una mayor intensidad de competencia en el canal de corredores, que, en este caso, representa aproximadamente el 92% de la producción total. La presión a la baja en las tasas y el incremento de comisiones determinaron un deterioro en la siniestralidad y el ratio de gastos de adquisición a primas, que se ubicaron en 80.4% y 7.5%, respectivamente.

Asimismo, la adquisición de las subsidiarias médicas generó un gasto extraordinario de alrededor de US\$ 2 millones. De esta manera, la utilidad neta obtenida fue de US\$ 2.9 millones, 54.7% menor que la alcanzada el año anterior.

El crecimiento económico de la última década se ha reflejado en un incremento constante en la demanda de servicios de salud. Sin embargo, la inversión privada en nueva capacidad de prestación fue muy limitada, lo que ha generado un proceso inflacionario en los servicios de salud que se ha convertido en una constante durante los últimos años y que en 2011 significó un incremento de 8% en nuestro costo promedio de prestación. Dadas las buenas perspectivas macroeconómicas del país y la nueva Ley de Aseguramiento Universal, se espera que la demanda de servicios de salud continúe incrementándose y ponga aún más presión sobre nuestros costos.

Esta situación ha hecho necesario que Pacífico Salud EPS modifique su estrategia para asegurar su competitividad en el largo plazo, integrarse verticalmente y sentar las bases para el desarrollo de un modelo que contemple la Gestión Integral de Riesgos de Salud. Con ese fin, durante 2011 invertimos cerca de US\$ 110 millones en desarrollar la

red privada de prestación médica más importante del país. La inversión nos permitió adquirir paquetes accionarios mayoritarios que nos otorgan la gestión directa de las clínicas El Golf y San Borja en Lima, las clínicas Galeno en Arequipa y Sánchez Ferrer en Trujillo, el centro médico Oncocare en Lima, así como una empresa de laboratorios clínicos, Laboratorios ML, y otra de médicos a domicilio, Doctor+.

Un paso muy importante en este proyecto fue la suscripción en el mes de diciembre del convenio con Johns Hopkins Medicine International, institución médica ampliamente reconocida como la número uno del mundo. Esta asociación nos permitirá importar la excelencia médica internacional al Perú y, sin temor a equivocarme, constituirá un punto de quiebre en la historia del cuidado de la salud en el país y ejercerá un efecto positivo no solo sobre nuestra red de prestación, sino sobre el sector Salud en general.

El objetivo para 2012 y los años siguientes es elevar el nivel de calidad de nuestra red de prestación médica a los estándares internacionales dictados por el Joint Commission de los Estados Unidos, simplificar nuestra cartera de seguros de salud para que también puedan ser vendidos a través de canales de

distribución masivos, e incrementar significativamente las utilidades de la EPS a través de la venta de seguros y de los servicios médicos en nuestra red de prestación.

Pacífico Vida

Las cifras de Pacífico Vida revelan el magnífico desempeño de este negocio en 2011, a lo largo del cual se logró un volumen total de primas de US\$ 324.8 millones, mayor en 17.4% al obtenido en 2010, y que todas las líneas de negocio experimentaron crecimientos de producción importantes: Vida Crédito, 33.5%; Seguros Previsionales, 25.23%; y Vida Individual, 15.32%. Asimismo, la clara ventaja competitiva en distribución que constituye la fuerza de ventas de Pacífico Vida la aisló de las presiones competitivas que se dieron en el canal *brokers* y le permitió continuar suscribiendo estas pólizas con tasas favorables.

Así, la utilidad neta alcanzó US\$ 50 millones, superior en 47.6% a la registrada el año anterior. Aparte de la mayor producción, los factores que explican este excelente resultado son los mayores ingresos financieros, las mejores rentabilidades en los negocios de Vida Grupo, Vida Crédito y Seguros Previsionales, la ganancia por venta de valores y un estricto control de gastos.

Cumplimiento de objetivos

Tal como la definimos hace algunos años, la estrategia de Pacífico Seguros se basa en cinco principios fundamentales: construir relaciones de largo plazo, ser especialistas en la gestión de riesgos, pagar los siniestros de manera justa y oportuna, buscar la excelencia en el servicio al cliente y respaldar nuestras promesas a los asegurados ofreciendo la mayor solidez financiera.

Estos principios guían las acciones de todos los que trabajamos en Pacífico Seguros y encarnamos aquello a lo que nuestros clientes aspiran. Su aplicación nos permitió alcanzar durante 2011 un objetivo prioritario que, sin duda, marcó un hito muy importante en nuestra historia empresarial: la integración de nuestros negocios de Seguros Generales, Salud y Vida para brindar a nuestros clientes una oferta integral de aseguramiento y prestaciones de salud. Además, esta integración nos permitió lograr una mejor gestión de la compañía, lo que incrementó nuestros niveles de productividad en la venta de seguros y generó valiosas sinergias en costos.

Otro avance importante fue la diversificación de nuestros canales de distribución. En ese rubro, incorporamos la venta de Seguros Generales en la fuerza de ventas de seguros

de vida, invertimos en el desarrollo de una fuerza de ventas directa especializada en Seguros Generales que ya cuenta con 195 asesores, y consolidamos al BCP como nuestro canal de venta principal, que representa aproximadamente el 9% de nuestras primas. Todos estos esfuerzos fueron llevados a cabo sin desatender el canal de venta tradicional de corredores, en el que crecimos en más de 10% durante el último año, y nos permitieron continuar atomizando nuestra cartera para hacerla más estable y predecible. Gracias a ello, hemos logrado que los productos de Líneas Personales representen ahora cerca del 60% de nuestras primas.

El cumplimiento de estos objetivos, junto a una gestión profesional y eficiente, nos ha hecho merecedores de importantes galardones tanto nacionales como extranjeros. Así, las prestigiosas empresas internacionales de calificación de riesgos Moody's y Fitch Ratings confirmaron, nuevamente, nuestro grado de inversión internacional, en base a nuestras buenas prácticas de gestión, amplia solidez financiera y liderazgo en excelencia en la calidad de servicio. Adicionalmente, nuestra subsidiaria Pacífico Vida se convirtió en la primera empresa de seguros en obtener la calificación de riesgo BBB —el mismo nivel que ostenta la economía del Perú— en mérito a su excelente desempeño. Estos

factores contribuyeron, sin duda, al éxito de la colocación del primer programa de bonos subordinados de Pacífico Seguros por un total de US\$ 60 millones a una tasa de 6.9687%.

Asimismo, la Encuesta Anual de Ejecutivos de la Cámara de Comercio de Lima nos eligió una vez más como la primera compañía de seguros del país en los tres rubros principales: Seguros Empresariales, Seguros Personales y Seguros de Salud. Por su parte, el Reputation Institute de Nueva York, empresa líder a nivel mundial en la medición de la reputación de corporaciones, nos ubicó entre las diez empresas con mejor reputación corporativa del Perú. Finalmente, la prestigiosa publicación británica especializada en finanzas *World Finance* reconoció a Pacífico Seguros con el *World Finance Best Insurance Company Award 2011*, al considerarnos como la mejor compañía de seguros del Perú por nuestra estrategia corporativa responsable, transparente y claramente enfocada en el cliente, así como por nuestra constante innovación en el servicio y nuestro sólido crecimiento financiero.

Cambio de imagen

Los logros y reconocimientos mencionados son el resultado de los esfuerzos desplegados durante los últimos años para simplificar

nuestros productos, elevar los estándares de servicio de la industria y acercarnos más a nuestros asegurados. Sobre esta sólida base, vimos en la integración con Pacífico Vida el momento idóneo para unificar nuestra marca y renovarla, hacerla más robusta, moderna y cercana. Asimismo, adoptamos un nuevo eslogan, *vive pacífico*, a través del cual invitamos a nuestros asegurados a vivir con tranquilidad y a encarar la vida con plena confianza, porque ponemos a su disposición el mejor respaldo frente a situaciones inesperadas.

Nuestra nueva identidad corporativa ha sido muy bien recibida por el mercado y coloca a Pacífico Seguros en una posición ventajosa para el crecimiento en el segmento de personas, así como para el desarrollo de canales alternativos de distribución que permitan lograr una mayor capilaridad y eficiencia de costos.

Responsabilidad social

En línea con nuestra filosofía de vivir pacífico, decidimos convertirnos en la primera aseguradora carbono-neutral del país; es decir, una empresa comprometida con el medio ambiente que mide su impacto ambiental, lo reduce y compensa aquella emisión de CO₂ remanente invirtiendo en

proyectos que le permiten eliminar de la atmósfera tanto dióxido de carbono como el que genera.

Con ese fin, hemos invertido en proyectos de conservación de bosques en la Reserva Nacional Tambopata y en el Parque Nacional Bahuaja Sonene ubicados en el departamento de Madre de Dios, que constituyen dos de los ecosistemas con mayores índices de biodiversidad en el mundo. De esta manera, buscamos compensar al 100% nuestras emisiones de CO₂ y ayudar así a mitigar uno de los principales factores que vienen causando el calentamiento global.

En el campo de la Salud, hemos seguido contribuyendo a la inclusión social de los sectores menos favorecidos. Para ello, reforzamos nuestro programa *Pacífico te cuida*, a través del cual efectuamos campañas de salud con énfasis en los niños menores de catorce años, a los que les prestamos atención gratuita en las especialidades de pediatría, oftalmología, obstetricia, nutrición y medicina general.

Finalmente, y no por ello menos importante, hemos continuado apoyando a la Unidad de Salvataje de la Policía Nacional del Perú y manteniendo nuestra alianza estratégica con el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú para promover acciones de

prevención en caso de incendios y accidentes a través de charlas, publicaciones, seminarios y talleres destinados a la comunidad.

Lineamientos y perspectivas

Luego de un año complejo como 2011, en el que Pacífico Seguros pudo consolidar el éxito y el liderazgo que ostenta, nos enfrentamos a un 2012 que presenta una serie de retos que nos estimulan a seguir innovando y adecuando nuestra oferta de servicios para lograr que los seguros lleguen cada vez a más peruanos.

Nuestro objetivo principal y el de nuestras subsidiarias será llevar a nuestros clientes una oferta integral de Seguros Generales, de Salud y de Vida que les brinde el mejor respaldo frente a situaciones inesperadas y les permita encarar la vida con plena confianza y vivir con tranquilidad. En otras palabras, trabajaremos para que perciban de manera tangible la filosofía expresada en nuestro eslogan *vive pacífico*.

Este reto no es sencillo, porque la primera tarea que impone consiste en posicionar nuestra oferta de servicios médicos de modo tal que nuestra red de prestaciones de Salud se convierta en un referente en el mercado peruano y latinoamericano. Y ello exige desarrollar un

moderno y eficiente manejo de las clínicas y establecimientos adquiridos durante los últimos meses.

Otro objetivo central de 2012 consiste en ampliar y robustecer la presencia de Pacífico Seguros en las ciudades del interior del país y en los conos de Lima, para lo cual debemos profundizar aún más la consolidación de nuestros principales canales tradicionales y directos, así como las relaciones con nuestras alianzas, en especial la que mantenemos con el BCP.

El logro de nuestras metas vendrá de la mano de los conceptos que establecimos en años anteriores para llegar al sitio que hoy ocupamos: la disciplina en la suscripción, el fortalecimiento del portafolio de negocios con un enfoque agudo en los riesgos atomizados, el control eficiente de los gastos, un portafolio ordenado y diversificado de inversiones, y la fortaleza de nuestra oferta de servicios con productos simples y servicios integrados a través de canales apropiados y bajo una perspectiva de rentabilidad y eficiencia.

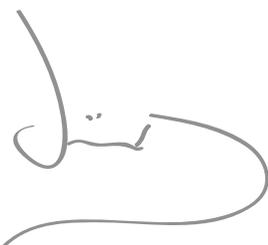
En 2012, continuaremos trabajando para el bienestar de nuestros clientes y accionistas y, sobre todo, seguiremos reafirmando la relación con nuestros colaboradores, porque la lealtad y el alto grado de profesionalismo

de Pacífico Seguros constituyen el activo más valioso que sustenta nuestro éxito presente y futuro.

Para nosotros, es tarea fundamental participar en el desarrollo de un mercado asegurador con criterios de honestidad y solidez, que aporte al desarrollo del país y logre llevar los beneficios del seguro a la mayor cantidad de ciudadanos posible.

En nombre del Directorio, concluyo agradeciendo, por su constante apoyo, a nuestros accionistas, a nuestros colaboradores y a nuestros clientes, con quienes hacemos posible el éxito sostenido de Pacífico Seguros.

Muchas gracias,



Dionisio Romero Paoletti
Presidente del Directorio



directorio

Presidente

Dionisio Romero Paoletti

Bachiller en Economía y Relaciones Internacionales por Brown University y magíster en Administración de Empresas por Stanford University. Es Presidente del Directorio del Banco de Crédito del Perú S.A.-BCP, de Credicorp Ltd.-Corporación BCP (desde el 1 de abril de 2009), de Pacífico Salud EPS (desde febrero de 2011) y, desde 2001, de las diversas empresas de los sectores Industrial, Comercial y de Servicios que conforman el Grupo Romero. Es miembro del Directorio de Cementos Pacasmayo S.A.A., de Hermes Transportes Blindados S.A. y de Inversiones Centenario S.A.A. Es Director de nuestra compañía desde 2003.

Vicepresidente

José Raimundo Morales Dasso

Bachiller en Economía y Administración por la Universidad del Pacífico y magíster en Administración de Negocios por The Wharton School de la Universidad de Pensilvania. Ocupó el cargo de Gerente General del BCP entre noviembre de 1990 y marzo de 2008. Es Presidente del Directorio del Instituto Peruano de Economía y Vicepresidente del Directorio de Credicorp Ltd., del Banco de Crédito del Perú, del Banco de Crédito de Bolivia, del Atlantic Security Bank y de El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros. Es miembro del Directorio de Pacífico Vida, de Cementos Pacasmayo, de Alicorp y del Grupo Romero, así como Primer Vicepresidente de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (Confiep). Es Director de nuestra compañía desde 2007.

Directores

Walter Bayly Llona

Administrador de empresas por la Universidad del Pacífico y magíster en Ciencias Administrativas con mención en Finanzas por Arthur D. Little Management Education Institute of Cambridge, Boston. En abril de 2008 fue designado Gerente General de Credicorp y del Banco de Crédito del Perú. Antes de asumir su actual posición, desempeñó otros cargos dentro de la institución: fue responsable de la Gerencia Central de Planeamiento y Finanzas, así como de las Gerencias de Banca Corporativa y Empresarial, Banca Empresarial, Sistemas y Organización, y Banca de Inversión. Se incorporó al BCP en 1993, luego de tres años de trabajo como socio y Director Ejecutivo de la Casa Bolsa de México y de una trayectoria laboral de diez años en Citicorp en Lima, Nueva York, México y Caracas, donde trabajó, principalmente, en Finanzas Corporativas y Préstamos Sindicados. Es Director de nuestra compañía desde 2009.

Fernando Dasso Montero

Administrador de empresas por la Universidad del Pacífico y magíster en Administración de Negocios por The Wharton School de la Universidad de Pensilvania. Es miembro del Directorio de Prima AFP y de Financiera Edyficar. Desde agosto de 2010 ocupa la Gerencia General del Grupo Crédito S.A. Asimismo, se desempeña en la Gerencia de Estrategia del Banco de Crédito del Perú y ha ocupado las Gerencias de la División de Marketing y de las áreas de Comercio Electrónico y Canales de Atención. Ingresó al área de Finanzas Corporativas del BCP en 1994 y, anteriormente, trabajó como asociado de la consultora McKinsey & Co. Es Director de nuestra compañía desde 2011.

Gianfranco Ferrari de las Casas

Administrador y MBA en Finanzas y Mercadeo por J.L. Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University. En 1995 ingresó al BCP como Jefe de Proyectos de Finanzas Corporativas. Posteriormente, se encargó de la Reingeniería del Proceso Crediticio (Proyecto de McKinsey) y fue Jefe del Grupo Cuentas Especiales (activos problemáticos), Jefe del Grupo Banca Corporativa, Gerente de Finanzas Corporativas y Gerente de Banca Corporativa. Entre 2005 y 2007 asumió la Gerencia General de Bolivia. En la actualidad tiene a su cargo la Gerencia Central de Banca Minorista. Es Director de nuestra compañía desde 2009.

Eduardo Hochschild Beeck

Ingeniero mecánico y físico por Tufts University, Boston. En la actualidad ocupa diversos cargos en reconocidas compañías e instituciones: es Presidente Ejecutivo de Hochschild Mining plc y de la Asociación Promotora Tecsup, Presidente del Directorio de Cementos Pacasmayo S.A.A., Vicepresidente del Patronato Plata del Perú, Director del BCP, miembro de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comexperu), miembro de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, miembro de ABAC Perú (APEC Business Advisory Council) y asesor-perito del Consejo Económico de la Conferencia Episcopal. Es Director de nuestra compañía desde 2003.

Javier Ernesto Maggiolo Dibos

Economista y magíster en Administración de Negocios con especialización en Finanzas por New York University. Entre 1980 y 1996 ocupó diversos cargos en el Ministerio de Economía y Finanzas, y en Irving Trust, Citibank y Atlantic Security Bank, donde fue Gerente General. En 1996 asumió el cargo de Gerente de la División de Mercado de Capitales del BCP. Fue responsable de Tesorería y Cambios, del Servicio de Custodia Nacional e Internacional y de las inversiones del BCP, al igual que de las subsidiarias Credibolsa, Creditítulos y Credifondo. Actualmente ocupa el cargo de Gerente Central de Administración de Activos del BCP. Es Director de nuestra compañía desde 2009.

José Miguel Morales Dasso

Abogado y graduado de Sloan Program Graduate School of Business de Stanford University, California. Se desempeña como abogado principal de la Compañía de Minas Buenaventura S.A.A. También es socio principal del Estudio Aurelio García Sayán Abogados, así como Director de varias empresas. Fue Presidente de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía de la Confiep. Es Director de nuestra compañía desde 1980.

José Antonio Onrubia Holder

Administrador de empresas con estudios en St. Michael College y Babson University de Boston. Se desempeña como Director de Alicorp S.A.A., de Industria Textil Piura S.A., de Inversiones Centenario S.A., de Compañía Universal Textil S.A. y de Ransa Comercial S.A., así como de diversas empresas de los sectores Industrial, Comercial y de Servicios. Es Director de nuestra compañía desde 2001.

Ricardo César Rizo-Patrón de la Piedra

Ingeniero químico por University of Notre Dame y magíster en Ingeniería Química por Massachusetts Institute of Technology. Es Vicepresidente de Cementos Lima S.A. y de la Compañía Eléctrica El Platanal S.A., Gerente de Desarrollo de ARPL Tecnología Industrial S.A. y Director de Inversiones Andino S.A., del Sindicato de Inversiones y Administración S.A., de Nuevas Inversiones S.A., de Vigilancia Andina S.A. y de Cemento Andino S.A. Es Director de nuestra compañía desde 2003.

Luis Enrique Romero Belismelis

Bachiller en Ciencias Económicas por Boston University. Se especializó como Oficial de Créditos en Bankers Trust New York. Es Vicepresidente del Directorio de Alicorp S.A.A., de Ransa Comercial S.A., de Multimercados Zonales S.A. (Minka), del Terminal Internacional del Sur (Tisur), de Pesquera Giuliana S.A. y de Sitel S.A., así como Director de Industria Textil Piura S.A., Romero Trading S.A., Palmas e Industrias del Espino S.A. y Primax S.A. Pertenece al Directorio de las empresas de Universal Textil S.A., donde también ocupa el cargo de Vicepresidente. Es Director de Inversiones Centenario S.A., del Consorcio Naviero Peruano S.A., de Pacífico Seguros y del Banco de Crédito del Perú, entre otras empresas vinculadas con el Grupo. Ocupó los cargos de Director Corporativo, de Finanzas, de Seguros y de Coberturas de Mercado, e, igualmente, la Gerencia Central de Finanzas, Administración y Sistemas de Alicorp S.A.A. Fue Gerente General y Gerente Financiero Corporativo en Corporación General de Servicios S.A. del Grupo Romero. Es Director de nuestra compañía desde 2007.

gerencia



David Saettone Watmough
Gerente General



Orlando Cerruti Banchemo
Gerente General de Pacífico Vida



Guillermo Garrido Lecca del Río
Gerente General Adjunto



Pablo Rojas Soto
Gerente Central de Finanzas



César Rivera Wilson
Gerente de Seguros Corporativos y Pensiones Pacífico Vida



Teobaldo Llosa Hernández
Gerente Central de Canales de Distribución



Ricardo Mulanovich Barrios
Gerente Central de Clientes y Nuevos Mercados



Armando Mejía Capuñay
Gerente de Vida Individual



Miguel Delgado Barreda
Gerente de la División Legal



Luciana Puente Berry
Gerente de Responsabilidad Social Empresarial



Michel Flit Pait
Gerente de la División Prestación de Salud



Juan Carlos Salem Suito
Gerente de la División de Salud



Ivo Bravo Soldevila
Gerente de la División Negocios Vehiculares



Juan Andrés Mesa Pulido
Gerente de la División Riesgos Generales



Jorge Reyes Sterling
Gerente de Riesgos Generales



Walter Griebenow Massone
Gerente de División Actuarial



Amanda Jhusey Chang
Gerente Actuarial de Pacífico Vida



René Lecaros Babbini
Gerente Técnico de Negocios



Carlos Siles Molinelli
Gerente de Negocios Directos



Gerardo Sánchez Franco
Gerente Comercial Corredores



María Félix Torrese
Gerente de Alianzas y Líneas Personales



Jhon Silva Nupia
Gerente de Negocios Estratégicos



Juan Carlos Gonzales-Maertens Norris
Gerente de Internacionalización



Luis Bravo Rovai
Gerente de Asesoría y Gestión de Riesgos



Vanessa Ratto Grellaud
Gerente de Marketing



Ernani Zignago Huarcaya
Gerente de Clientes



Miguel Ángel Delgado Alvarado
Gerente de Provincias Sur



Miguel Ortiz de Zevallos Gonzales
Gerente de Provincias Norte



Alan Tocre Díaz
Gerente de Provincias Centro



Luciano Bedoya Corazzo
Gerente de la División Planeamiento, Procesos y Tecnología



Karim Mitre Calderón
Gerente de la División Administración, y Gestión y Desarrollo Humano



Eduardo Tirado Hart
Gerente de la División Inversiones



Aldo Pereyra Villanueva
Gerente Corporativo de Contabilidad



Guillermo Zegarra Cerna
Gerente de Auditoría Interna



Alcides Portocarrero López
Gerente de la División de Prevención de Fraudes



Francisco Feliu Gutiérrez
Gerencia Corporativa



David Saettone Watmough

Gerente General

ACII, CPCU, CLU, ARM, AU, ARe, AMIM, AIC, AIAF Bachiller en Economía graduado con honores (BAH) por Queen's University at Kingston, Canadá; magíster en Economía y Finanzas (MA) por Princeton University, Estados Unidos; Chartered Insurery Associate por Chartered Insurance Institute (ACII), Reino Unido; Chartered Property Casualty Underwriter (CPCU) por Institute for CPCU, Estados Unidos; Chartered Life Underwriter (CLU) por American College, Estados Unidos; Associate in Risk Management (ARM), Associate in Underwriting (AU), Associate in Reinsurance (ARe), Associate in Marine Insurance Management (AMIM), Associate in Claims (AIC) y Associate in Insurance Accounting & Finance (AIAF) por Insurance Institute of America, Estados Unidos. Obtuvo el Certificate in Information Technology for Insurance Professionals (CI-TIP) por Chartered Insurance Institute y por British Computer Society, Reino Unido.

Se ha desempeñado como Gerente General del Banco de Crédito de Bolivia, Jefe del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, Gerente de Finanzas Corporativas del Banco de Crédito del Perú y Gerente General de Credibolsa SAB S.A., subsidiaria del BCP. Fue profesor de Economía Internacional y Mercado de Capitales en la Universidad de Lima y de Probabilidad y Estadística en el Woodrow Wilson School of Public Administration de Princeton University. Fue Director de Cofide y del Fondo Consolidado de Reservas.

Actualmente es Gerente General de Pacífico Seguros, Director de Pacífico Salud EPS, Director de Pacífico Vida y Director de Financiera Edyficar.



Orlando Cerruti Banchemo

Gerente General de Pacífico Vida

Bachiller en Ingeniería Industrial, bachiller en Ingeniería Mecánica e ingeniero mecánico por la Universidad Católica del Perú y Master of Science en Investigación Operativa por la Universidad de Sussex, Inglaterra. Cuenta con una maestría en Estudios Teóricos en Psicoanálisis por la Universidad Católica del Perú y estudios de especialización en dinámica de grupos por The Tavistock Institute de Londres. Asimismo, es *coach* certificado por Coaching Ontológico de México. En el campo académico fue Vicepresidente del Centro de Estudiantes del Programa Académico de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica del Perú, así como profesor del Seminario de Modelación de Sistemas en dicha Universidad. Se ha desempeñado como Gerente en Cadena Envasadora San Fernando, Panamericana de Seguros y Pacífico Peruano Suiza, y como Director de la Compañía Minera de Caylloma. Ac-

tualmente se desempeña como Gerente General de Pacífico Vida, Director de Pacífico Salud, Presidente del Pleno de los Consejos Directivos y Presidente del Consejo Directivo de Seguros de Vida en Apeseg.



Guillermo Garrido Lecca del Río

Gerente General Adjunto

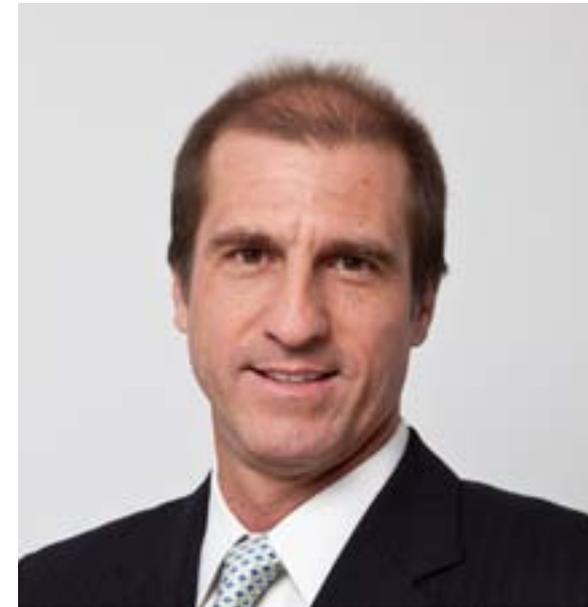
Bachiller en Economía por The University of Texas at Austin, Estados Unidos, y magíster en Administración de Empresas (MBA) con especialización en Finanzas por Bentley College, Boston, Estados Unidos. Fue Director del Banco Central de Reserva del Perú, Director General de Crédito Público del Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, Gerente de Inversiones de ProFuturo AFP, Vicepresidente de Bankers Trust Co., Presidente de la Asociación Peruana de Empresas Prestadoras de Salud, Presidente de ProCapitales y Director de British American Hospital. Actualmente se desempeña como Gerente General Adjunto de Pacífico Seguros y como Gerente General de Pacífico Salud.



Pablo Rojas Soto

Gerente Central de Finanzas

Administrador de empresas por la Universidad del Pacífico y MBA por The Wharton School de la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos. Se ha desempeñado como Gerente del Área de Gestión de Patrimonios del Banco de Crédito del Perú desde 2008 y como Gerente del Área de Banca Privada desde 2004. Anteriormente fue Gerente de Intermediación en Credicorp Securities Inc. en Miami, Florida, Estados Unidos. Se incorporó al BCP en 1998 y a nuestra compañía en 2009. Actualmente ocupa el cargo de Gerente Central de Finanzas.



César Rivera Wilson

Gerente de Seguros Corporativos y Pensiones Pacífico Vida

Ingeniero industrial por la Universidad de Piura y graduado como máster en Administración de Negocios por ESAN. Ha cursado diversos programas en las áreas gerenciales y técnicas, como el Programa de Desarrollo Gerencial en The Wharton School de la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos; el Programa de Seguros de Vida en el Swiss Insurance Training Centre en Zurich, Suiza; y el Programa de Gerencia y Liderazgo en la Gen-Re Business School de The Chartered Insurance Institute, Alemania, entre otros. Cuenta con dieciocho años de experiencia en el sector de Seguros de Vida y Pensiones. Actualmente ejerce el cargo de Gerente General Adjunto en Pacífico Vida Compañía de Seguros, empresa a la que ingresó en 1999. Ha ocupado cargos gerenciales en diversas empresas de seguros, incluyendo la Gerencia General de Santander Vida en el Perú y

la Subgerencia General de Alico (American Life Insurance Company) en Argentina. También se ha desempeñado como docente en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura. Actualmente es uno de los representantes del Perú en el Consejo Directivo de la Fundación Iberoamericana en Seguridad y Salud Ocupacional (FISO).



Teobaldo Llosa Hernández

Gerente Central de Canales de Distribución

Administrador de empresas por la Universidad Ricardo Palma, con cursos de especialización en Dirección Estratégica y Finanzas por la Universidad del Pacífico. En 1997 obtuvo un MBA por el Instituto de Empresa de Madrid, España. Se desempeñó como Ejecutivo de Negocios en las áreas de Finanzas Empresariales y Banca Corporativa del Banco de Crédito del Perú. A inicios de 2006, ingresó como Gerente Comercial de Pacífico Seguros y, en 2008, pasó a ocupar la Gerencia de Suscripción de Riesgos Generales. Desde octubre de 2009 se desempeña como Gerente Central de Riesgos, con el encargo de gestionar los riesgos de la compañía en forma integral. Desde 2011 ocupa el cargo de Gerente Central de Canales de Distribución.



Ricardo Mulanovich Barrios

Gerente Central de Clientes y Nuevos Mercados

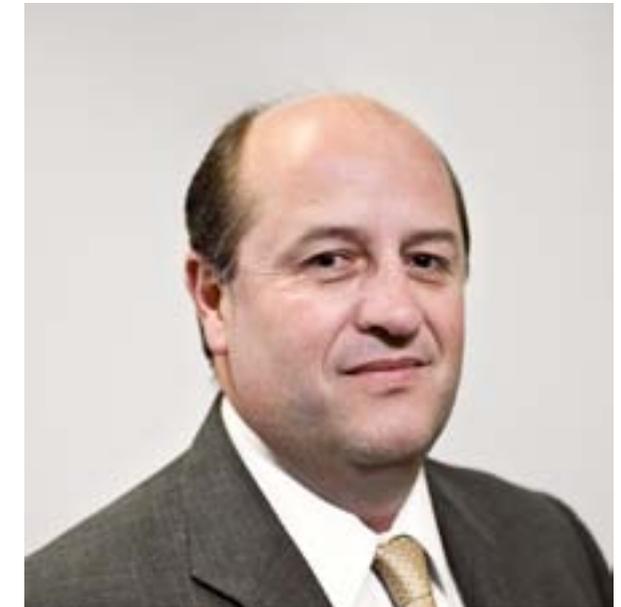
Graduado en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico, realizó estudios de especialización en Identidad e Imagen Corporativa en San Diego, California, Estados Unidos. Se ha desempeñado como Subgerente de Marketing del Banco Wiese Sudameris, Gerente de Marketing del NBK Bank y Senior Consultant de Korn Ferry Perú, empresa internacional de búsqueda de ejecutivos de alto nivel. Previamente fue Gerente General de Studio A, empresa de consultoría en imagen e identidad corporativa, y Ejecutivo Senior en Pragma de Publicidad S.A.C. A inicios de 2006 ingresó como Gerente de Marketing a Pacífico Seguros, y en 2008 ocupó el cargo de Gerente Central de Líneas Personales. Actualmente se desempeña como Gerente Central de Clientes y Nuevos Mercados.



Armando Mejía Capuñay

Gerente de Vida Individual

Bachiller en Ingeniería Geográfica por la Universidad Nacional Federico Villarreal con una especialización en Administración de Mercados y Ventas por la Universidad del Pacífico, y MBA en la Escuela de Negocios de la Universidad San Ignacio de Loyola. Ha sido Subdirector Regional de Agencias en Latinoamérica (2008–2009) para Alico (AIG). Cuenta con una experiencia laboral de más de diez años en Pacífico Seguros. Actualmente se desempeña como Gerente de Vida Individual.



Miguel Delgado Barreda

Gerente de la División Legal

Abogado por la Universidad de Lima con especialización en Comercio Internacional, y MBA por ESAN. Se ha desempeñado como Gerente General de Cofopri. Fue Consultor Internacional en proyectos financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo y por el Banco Mundial, en las áreas de Titulación Urbana y Rural, Reforma Legal e Institucional y Reingeniería de Procesos, entre otras. Fue Director de Prevención y Análisis de la Unidad de Inteligencia Financiera del Perú y miembro de la Comisión de Procedimientos Concursales de Indecopi. Actualmente ocupa el cargo de Gerente de la División Legal de Pacífico Seguros.



Michel Flit Pait

**Gerente de la División
Prestación de Salud**

Bachiller en Ingeniería Industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú y MBA por The Wharton School de la Universidad de Pensilvania, Estados Unidos. Entre 1997 y 2005 ocupó diversos cargos en el BCP, donde acumuló una amplia experiencia en temas relacionados con Finanzas, Mercado de Capitales y Administración de Riesgos. Posteriormente se desempeñó como Gerente de Administración y Finanzas de Prima AFP. Ingresó a Pacífico Seguros a inicios de 2009 como Gerente de la División Negocios de Salud de Pacífico Seguros y como Gerente General Adjunto de Pacífico Salud. Actualmente se desempeña como Gerente de la División Prestación de Salud.



Juan Carlos Salem Suito

Gerente de la División de Salud

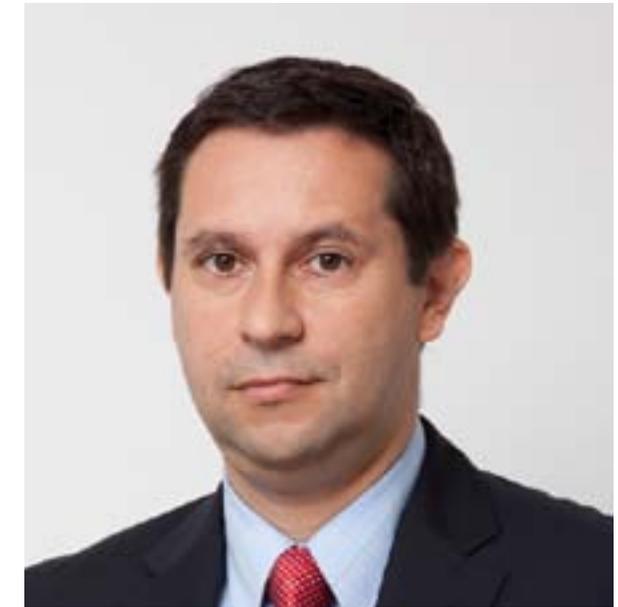
Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico y magíster en Administración de Empresas (MBA) por Tuck School of Business en Dartmouth. Fue funcionario de Negocios de Banca Comercial en el Banco Wiese Limitado y Jefe de Grupo de Cuentas Corporativas en la División de Banca de Créditos Especiales. Posteriormente trabajó en ING USA Financial Services (USFS), para el área de Negocios Institucionales y Six Sigma. Ingresó al Área de Siniestros de Autos de Pacífico Seguros en noviembre de 2008 y en 2009 fue promovido a Subgerente de Prestadores del área de Salud. Actualmente se desempeña como Gerente de la División de Salud.



Ivo Bravo Soldevila

**Gerente de la División
Negocios Vehiculares**

Bachiller en Ingeniería Industrial por la Universidad de Lima y máster en Administración de Empresas con la distinción de Mejor Egresado 2003 por la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile. Cuenta con más de quince años de experiencia gerencial en retail, industria aerocomercial y banca, y se ha desempeñado en empresas como Maestro Home Center, LAN Airlines y Citibank N.A. Ha liderado equipos de trabajo multidisciplinarios para la gestión de negocios bancarios de personas y de tesorería, así como para el planeamiento estratégico y control de gestión de servicios. Actualmente se desempeña como Gerente de la División Negocios Vehiculares de Pacífico Seguros.



Juan Andrés Mesa Pulido

Gerente de la División Riesgos Generales

Graduado en Ingeniería Civil por la Universidad Santo Tomás de Colombia, obtuvo una especialización en Seguros y Seguridad Social por la Universidad de La Sabana y llevó el Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en Inalde, ambos en Colombia. Cuenta con más de quince años de experiencia: se ha desempeñado como analista del área de Ramos Técnicos en la aseguradora Colseguros-Colombia y como Gerente Técnico Comercial de Olsa Re, en Colombia. Fue Account Executive y, posteriormente, Deputy Account Manager, Vice President/Client Markets y Member of Management para la región andina en Swiss Reinsurance American Corporation. En Ecuador, donde fue Vicepresidente Técnico en Rocafuerte Seguros. En 2008 se incorporó a Pacífico Seguros, y asumió la Gerencia de Reaseguros. En la actualidad se desempeña como Gerente de la División Riesgos Generales de Pacífico Seguros.



Jorge Reyes Sterling

Gerente de Riesgos Generales

Especialista en Preparación y Evaluación de Proyectos por la Universidad Nuestra Señora del Rosario, Colombia, e ingeniero eléctrico por la Universidad de los Andes, Colombia. Cuenta con estudios en seminarios de formación en Economía, Seguros, Seguridad Industrial, Análisis de Riesgo, Liderazgo y Consultoría de Ventas en Colombia, México, Estados Unidos y Suiza. Orador y conferencista invitado por Munchener Colombia, Royal and Sun Alliance Colombia, Colseguros y La Previsora, para disertar sobre las áreas de Gestión de Riesgos, Pérdida de Ajuste e Interrupción de Negocios en el Sector Eléctrico, entre otras. Ha ejercido como ingeniero en AENE Consulting, ingeniero de riesgo en La Previsora S.A. Insurance Company, ajustador de pérdidas en Thomas Howell Group, Director de Ajustes de Pérdidas en McLarens Young y Vicepresidente de Swiss Re. Actualmente se desempeña como Gerente de Riesgos Generales.



Carlos Siles Molinelli

Gerente de Negocios Directos

Economista por la Universidad de Lima con estudios de postgrado en Marketing en ESAN y magíster en Negocios por la Universidad de Piura. Se ha desempeñado como Gerente Central Comercial y Gerente de Ventas en AFP Integra, y también como Gerente Comercial tanto de la Compañía Peruana de Medios de Pago (VisaNet) como de Invita Seguros de Vida y Pensiones. Se incorporó a Pacífico Seguros en 2010. Actualmente ocupa el cargo de Gerente de Negocios Directos.



María Félix Torrese

Gerente de Alianzas y Líneas Personales

Ingeniera industrial graduada con honores por la Universidad de Lima y máster en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad Adolfo Ibañez de Chile, donde obtuvo la distinción de mejor egresada. Siguió el Exchange Programme MBA en Manchester Business School, Inglaterra. Fue parte del equipo fundador de Pacífico Vida y, desde entonces, ha asumido diferentes responsabilidades en las áreas comercial, de marketing, de servicio al cliente y de producto. Cuenta con una amplia trayectoria en negocios masivos y canales de distribución. Actualmente se desempeña como Gerente de Alianzas y Líneas Personales del Grupo Pacífico.



Gerardo Sánchez Franco

Gerente Comercial Corredores

Asegurador con más de veinticinco años de experiencia en el sector. Realizó cursos de especialización en seguros en Munich Re de Alemania, de Dirección Estratégica de Empresas en la Universidad del Pacífico y de Seguros Generales en General Cologne Re de Colombia. Anteriormente se desempeñó como Suscriptor de Riesgos en Generali Perú Compañía de Seguros y como Subgerente de Suscripción en Wiese Aetna Compañía de Seguros. Ingresó a la División Comercial de Pacífico Seguros en 2003. Actualmente lidera la Gerencia Comercial Corredores.



Vanessa Ratto Grellaud

Gerente de Marketing

Graduada con honores en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Peruano de Publicidad (IPP) y en el Programa Avanzado de Dirección de Empresas (PADE) con especialización en Marketing por ESAN. Ha cursado estudios de especialización en Marketing Estratégico y Comunicaciones en Estados Unidos, de Arquitectura de Marca en Chile, de Publicidad Efectiva en Brasil y de Gestión de Marcas en The University of California at Berkeley, Estados Unidos. Cuenta con más de quince años de experiencia en Marketing y Comunicaciones. Fue Directora de Cuentas en McCann-Erickson Corp. Publicidad S.A., donde lideró la relación con empresas como Coca-Cola, MasterCard y L'Oréal. Asimismo, se desempeñó como Gerente Regional de Promociones y Properties de Coca-Cola y como Directora de Cuentas en Leo Burnett, donde dirigió los equipos dedicados a la cuenta del Grupo

Crédito (Banco de Crédito del Perú, Prima AFP y Pacífico Seguros). Ingresó a nuestra compañía en 2007 para dirigir la Gerencia de Planificación Estratégica del Área de Marketing y, en 2008, fue promovida al cargo de Gerente de Marketing.



Luciano Bedoya Corazzo

Gerente de la División Planeamiento, Procesos y Tecnología

ACII, CPCU, CLU, RHU, ARM, ARe, AU, AIC, AIAF Ingeniero industrial por la Universidad de Lima; MBA y Master of Engineering in Manufacturing (MEng) por University of Michigan, Estados Unidos; Chartered Insurer y Associate por Chartered Insurance Institute (ACII), Reino Unido; Chartered Property Casualty Underwriter (CPCU) por Institute for CPCU, Estados Unidos; Chartered Life Underwriter (CLU) y Registered Health Underwriter (RHU) por American College, Estados Unidos; Associate in Risk Management (ARM), Associate in Reinsurance (ARe), Associate in Underwriting (AU), Associate in Claims (AIC) y Associate in Insurance Accounting and Finance (AIAF) por Insurance Institute of America, Estados Unidos. Obtuvo el Certificate in Information Technology for Insurance Professionals (CITIP) por Chartered Insurance Institute y por British Computer

Society, Reino Unido. Certified Six Sigma Black Belt por American Society for Quality.

Desempeñó cargos en la industria aseguradora desde 2003 en Planeamiento Estratégico, Gerencia de Proyectos e Ingeniería de Procesos. Ingresó a Pacífico Seguros en 2006 como Gerente de Gestión Estratégica. En 2007 asumió la Gerencia de Estrategia y Planeamiento Comercial; en 2008 asumió la Gerencia de la División de Servicio al Cliente y, desde julio de 2010, ocupa el cargo de Gerente de la División Planeamiento, Procesos y Tecnología.



Karim Mitre Calderón

Gerente de la División Administración, y Gestión y Desarrollo Humano

Bachiller en Ciencias Económicas con especialidad en Relaciones Internacionales y magíster con especialización en Política y Desarrollo Latinoamericano, ambos grados por el London School of Economics de Inglaterra. Por su trayectoria es especialista en asesoría y negociación con clientes y en gestión comercial de productos de mercado de capitales. Desde 2005 se desenvuelve en el ámbito de gestión y desarrollo humano. Antes de ser parte de Pacífico Seguros, se desempeñó como Gerente del Área de Planeamiento y Desarrollo del Banco de Crédito del Perú y, previamente, como Jefe del Servicio de Gestión Comercial de la misma entidad, así como en Conasev, la entidad reguladora del mercado de valores. Actualmente se desempeña como Gerente de Administración, y Gestión y Desarrollo Humano.



Eduardo Tirado Hart

Gerente de la División Inversiones

Administrador de empresas por American University, Washington D.C., Estados Unidos, universidad por la que también obtuvo un MBA con especialización en Finanzas y Negocios Internacionales. Se desempeñó como Subgerente de Credibolsa SAB S.A. entre 2004 y 2006, donde estuvo a cargo del manejo de las mesas de Renta Fija y Renta Variable. Anteriormente fue analista en el área de Estudios Económicos del BCP y Administrador de Portafolios en Credifondo SAFI S.A. Se incorporó a Pacífico Seguros en 2006 para liderar la Gerencia de la División Inversiones.



Guillermo Zegarra Cerna

Gerente de Auditoría Interna

Contador público colegiado, auditor independiente y magíster en Administración Estratégica de Empresas por Centrum, la Escuela de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú. También es miembro del Instituto de Auditores Internos-IIA Global y de la Information Systems Audit & Control Association-Isaca. Ha logrado las siguientes certificaciones internacionales: Certified in Risk and Information Systems and Control-CRISC, Certified in Risk Management Assurance-CRMA, Cobi T Foundation Certificate-CobiT-F, y, desde julio de 2002, es certificado por International Register of Certificated Auditors-IRCA. Se desempeñó durante trece años en distintas posiciones en la División de Auditoría del BCP. En febrero de 2006 ingresó a Pacífico Seguros, donde fue responsable de la gestión de auditoría interna de los negocios de Riesgos Generales y Salud y, desde octubre

de 2010, de la gestión de auditoría interna del negocio de Riesgos de Seguros de Vida. Actualmente ocupa el cargo de Gerente de Auditoría Interna.



Aldo Pereyra Villanueva

Gerente Corporativo de Contabilidad

Contador público colegiado por la Universidad de Lima y magíster en Dirección de Empresas (MBA) por la Universidad de Piura. Se desempeñó como Subgerente Adjunto del Área de Contabilidad General del BCP y como Auditor Senior de Arthur Andersen. Se incorporó a nuestra compañía en 2006. Actualmente se desempeña como Gerente Corporativo de Contabilidad.

entorno económico

Panorama económico 2011

En un contexto marcado inicialmente por la incertidumbre local con relación al panorama político y, posteriormente, por la percepción de deterioro de la economía internacional —asociada sobre todo a los eventos en Europa—, la economía peruana mostró un ritmo destacado de crecimiento y lideró, una vez más, la expansión entre las principales economías de América Latina. En 2011, el crecimiento económico del Perú fue de 6.8%, una velocidad menor a la usual durante los últimos años, con excepción del período de la crisis internacional. A pesar de los factores mencionados, el componente más dinámico fue la inversión privada, aunque creció a una tasa más moderada que en años anteriores. Por el contrario, la inversión pública se contrajo en 10.8%, lo que reflejó el cambio de autoridades regionales y locales en enero, y del Gobierno nacional en julio. En los sectores productivos, entre los no primarios el más

dinámico fue Servicios, lo que respondió, especialmente, al comportamiento de sus componentes en transportes, comunicaciones, servicios y el rubro financiero. Otro sector de crecimiento destacado fue Comercio, que respondió tanto a la demanda interna como al crecimiento de las importaciones. Por el contrario, Minería, a pesar del comportamiento de los precios de los principales productos de exportación, cayó por segundo año consecutivo.

Por el lado de los precios, las presiones generadas por el alza de alimentos (primero de origen importado y luego de origen local) y de combustibles llevaron la inflación de 2011 a 4.8%, muy por encima del objetivo inflacionario (2.0% +/- 1.0%). Sin embargo, dado que la inflación respondió principalmente a factores de oferta, la última subida de la tasa de referencia se produjo en mayo.

Desde entonces, el BCR mantuvo estable la tasa de referencia, pero con la advertencia en sus comunicados de política monetaria que el sesgo era hacia la baja, dado el panorama de riesgos y el deterioro de las condiciones financieras globales.

Por el lado de las cuentas fiscales se alcanzó un superávit cercano al 2.0% del PBI como consecuencia, por un lado, del ya mencionado bajo dinamismo de la inversión pública y, por el otro, de los elevados precios promedio de los principales minerales de exportación, ya que de la minería proviene alrededor del 20.0% de los ingresos corrientes. Por su parte, en las cuentas externas se alcanzó un déficit en cuenta corriente equivalente al 2.5% del PBI, a pesar del superávit en balanza comercial. Además, la cuenta financiera se mostró superavitaria, lo que reflejó el ingreso de capitales por inversión extranjera

directa y contrarrestó el mencionado déficit. De esta manera, se observó un saldo en balanza de pagos positivo y, sobre todo, una acumulación de reservas internacionales del BCR de alrededor de US\$ 6,400 millones.

Pese al deterioro del panorama externo en los últimos meses, la moneda local no solo mantuvo la tendencia a la apreciación, sino que este proceso parece haberse dissociado de lo observado en otros países emergentes. Ello implicó una aceleración aun mayor —incluso a pesar de las continuas intervenciones del Banco Central de Reserva en el mercado cambiario—, lo que habría reflejado la mejor percepción relativa del Perú frente a otros países emergentes y el ingreso de capitales tanto por inversión financiera como por adquisición de activo físico. De este modo, el tipo de cambio cerró en S/. 2.70 a fines de 2011, con una apreciación anual de 3.9%.





Perspectivas para 2012

La actividad económica global viene moderándose y convergiendo a niveles consistentes con un escenario de crecimiento anémico. Existen, sin embargo, riesgos a la baja provenientes principalmente de Europa. En efecto, mientras que en el corto plazo la tarea de las autoridades consiste en restringir un mayor contagio de la crisis fiscal tanto al sector real como al sistema financiero, en el largo plazo los líderes deben promover el crecimiento y la competitividad, al mismo tiempo que corregir grandes desbalances fiscales y externos. Lo anterior pasa por alcanzar acuerdos que han sido difíciles de lograr, lo que ha deteriorado la confianza de los agentes e, incluso, ha despertado discusiones sobre la recomposición y sostenibilidad de la Eurozona. En adelante, el panorama no es alentador en tanto exista la posibilidad de *downgrades* adicionales a países e instituciones cada vez más grandes, haya poca certeza sobre la implementación conjunta y coordinada de los acuerdos alcanzados y se encuentre restringida la acción del Banco Central Europeo (BCE).

En este contexto, aunque con distinto margen, el resto de las economías se muestra presto a utilizar las herramientas de estímulo disponibles. En Estados Unidos, aunque los

indicadores reflejen una mejora sostenida, esta es aún moderada y sitúa a su economía en una posición todavía vulnerable. Así, el Sistema de Reserva Federal mantiene su postura monetaria expansiva (con tendencia a acentuarla, de ser necesario), mientras que el presidente Obama busca extender el recorte al impuesto a las planillas por todo 2012, medida que, como en el caso europeo, aún no alcanza un consenso. En el caso de China, aunque los indicadores recientes ya parecen reflejar los embates de la turbulencia externa, siguen siendo consistentes con un *soft landing*. El Banco Central de China cuenta con un importante margen de acción, y el Gobierno ha mostrado explícitamente su intención de alcanzar tasas de crecimiento sostenibles que estarían alrededor de 8.0% en el escenario base.

En función de una economía mundial que se mantiene creciendo impulsada por los países emergentes, se estima que la economía peruana pueda crecer 5.5% durante 2012. Este crecimiento sería liderado por el sector Construcción, particularmente beneficiado por la recuperación de la inversión pública. Otros sectores dinámicos serían Servicios, lo que reflejaría sobre todo el comportamiento

del sistema financiero; y Comercio, que probablemente replique su comportamiento durante la crisis internacional previa y oriente su actividad hacia el interior del país. Por el lado del gasto, la inversión pública sería el componente más dinámico de la demanda, favorecida por el comportamiento de todos los niveles de Gobierno. Asimismo, el consumo se mantendría como en años anteriores, con una tasa de crecimiento cercana a 6.0%, beneficiada por su comportamiento en provincias. Por su parte, la inversión privada se vería especialmente afectada por la incertidumbre externa.

Adicionalmente, la inflación se ubicaría, al cierre del año, en la parte alta del rango objetivo (2.0% +/- 1.0%), favorecida por la continua normalización de las condiciones de oferta, que afectaron los precios de alimentos y de combustibles. Con la inflación acercándose hacia su rango objetivo, el BCR empezaría a implementar una política expansiva en un contexto en que se prevé un mayor deterioro de las condiciones externas. Por el lado externo, las presiones a la baja se acentuarían, tomando en cuenta lo observado en la crisis pasada. Es importante señalar que, a pesar del alza de la inflación durante 2011, las expec-

tativas inflacionarias de 2012 están alineadas con la meta, lo que refleja la credibilidad del Banco Central de Reserva. De otro lado, se encuentra en marcha una postura fiscal más expansiva sustentada en el Plan de Estímulo Económico lanzado por el Ministerio de Economía y Finanzas con el fin de implementar una política contracíclica en caso se produzca un fuerte deterioro de las condiciones internacionales. Bajo nuestro escenario base, en un contexto de déficit en cuenta corriente financiado con la entrada de capitales y con la consiguiente acumulación de reservas internacionales, se agudizarían las presiones hacia el fortalecimiento del nuevo sol.

**5.5% sería
el crecimiento
de la economía
peruana en
2012.**

el mercado asegurador peruano

Conforme a la información que publica la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), las primas netas de la industria —que abarcan Seguros Generales y Vida— se registran en nuevos soles y no consideran los ingresos por reaseguro aceptado. Bajo esta nomenclatura, la producción en nuevos soles alcanzó S/. 7,212.1 millones a noviembre de 2011, 10.1% más que la registrada a diciembre de 2010.

Para el cálculo de las cifras del mercado —práctica interna de gestión—, se recurre a la información publicada por la SBS en nuevos soles y se presenta en dólares, según el tipo de cambio SBS promedio.

En términos de producción, las primas de seguros netas del mercado asegurador —que incluyen Seguros Generales y Vida— ascendieron a US\$ 2,620.7 millones a diciembre de 2011, 13.2% por encima de las del mismo período del año anterior. Las primas correspondientes a los Seguros Generales crecieron en 15.3%, lo que totalizó US\$ 1,382.7 millones, mientras que las vinculadas a los negocios de Vida, Previsionales y Rentas

Vitalicias sumaron US\$ 1,237.9 millones, 10.9% más que las del año anterior.

Por otro lado, los aportes de Salud crecieron en 19.1% a diciembre de 2011 y totalizaron US\$ 364.5 millones.

De este modo, la producción total del mercado —que abarca Seguros Generales, Accidentes Personales, Vida y Prestaciones de Salud— totalizó más de US\$ 2,985.2 millones a diciembre de 2011 y alcanzó un crecimiento de 13.9% con respecto al mismo período del año anterior.

El crecimiento a diciembre de 2011 con relación al mismo período del año precedente de los principales rubros de Ramos Generales estuvo liderado por Incendio (15.2%), Automóviles (12.9%) y Accidentes Personales (15.0%). Asimismo, las primas de Robo y Asalto, Responsabilidad Civil, Transporte y Ramos Técnicos mostraron un crecimiento significativo de 38.2%, 12.4%, 19.0% y 18.4%, respectivamente.

15% de crecimiento con respecto a 2010 alcanzó la producción total del mercado asegurador peruano en 2011.





Evolución de primas y aportes
 Mercado asegurador peruano
 (US\$ millones)



Riesgos generales

Vida

EPS

Fuente: elaboración propia sobre la base del avance del boletín SBS de diciembre de 2011.

Nota: para el cálculo de la prima en dólares, se consideró el tipo de cambio SBS promedio.

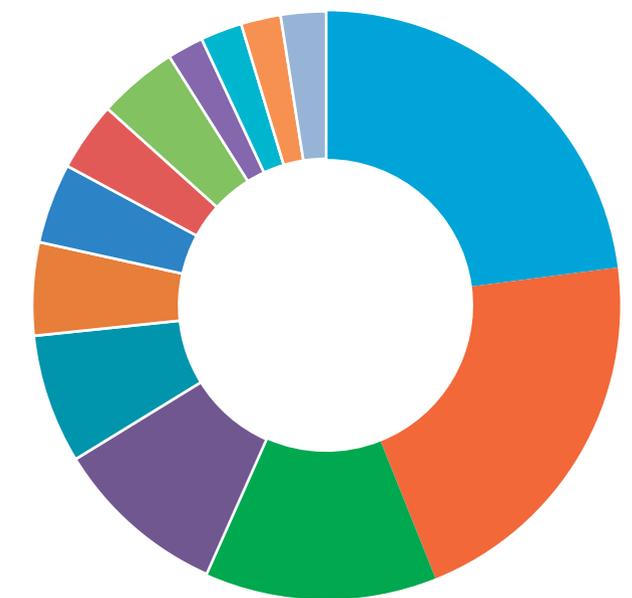


Las primas de la industria (Ramos Generales y Vida) se incrementaron en 13.2%, muy por encima del crecimiento del PBI. Esta expansión se explica, básicamente, por la demanda de seguros de propiedad, relacionada directamente con el crecimiento de los principales sectores económicos del país.

El índice de resultado técnico en primas netas ganadas del mercado a diciembre de 2011 fue de 14.4%. Este porcentaje incluye los gastos relacionados con el pago de siniestros a los asegurados, que alcanzaron un ratio de 60.1%. Cabe resaltar que el índice de resultado técnico del año anterior fue de 13.9%, con una siniestralidad de 61.1%. Los gastos administrativos del sector obtuvieron un 28.2% de las primas netas ganadas a diciembre de 2011, un incremento de 31.4% con relación a lo conseguido en 2010. Por otro lado, los ingresos financieros del sistema asegurador peruano mostraron un incremento de 37.5% con respecto al período anterior.

Distribución de cartera de primas netas de Ramos Generales, Accidentes y Enfermedades
 Mercado asegurador peruano a diciembre de 2011

Automóviles	23.0%
Incendio	21.0%
Asistencia Médica	12.7%
Ramos Técnicos	9.6%
SOAT	7.1%
Accidentes Personales	5.1%
Otros	4.4%
Responsabilidad Civil	3.7%
Transportes	4.4%
Marítimo-Cascos	2.0%
Deshonestidad	2.3%
Robo y Asalto	2.2%
Aviación	2.5%

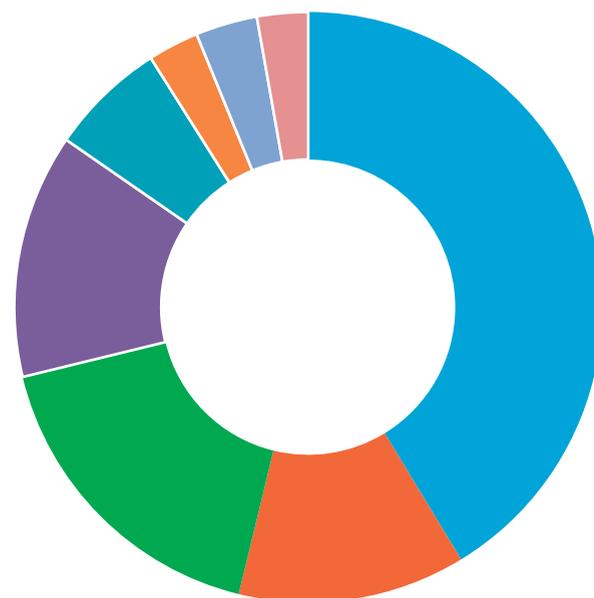


Fuente: elaboración propia sobre la base del avance del boletín SBS de diciembre de 2011.

Distribución de cartera de primas netas de Ramos de Vida

Mercado asegurador peruano a diciembre de 2011
(S/. miles)

Rentas Vitalicias	41.3%
Seguro de Vida Individual	12.5%
Seguros Previsionales	17.4%
Desgravamen Hipotecario	13.4%
SCTR	6.4%
Seguro de Vida en Grupo	2.8%
Seguro de Vida Ley	3.4%
Sepelio	2.8%

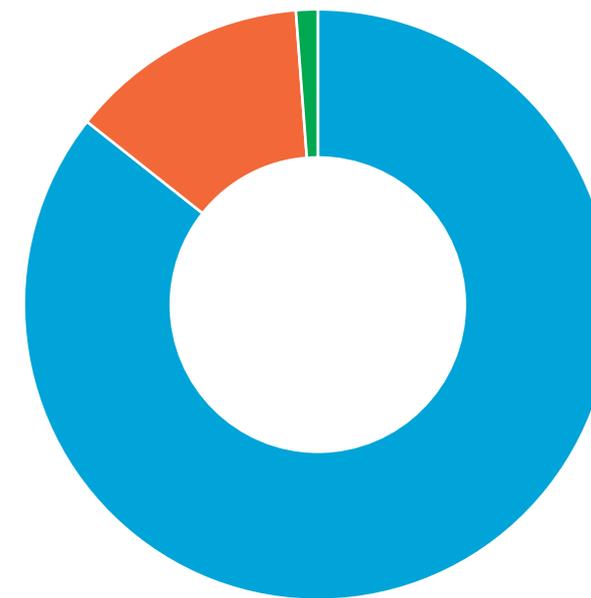


Fuente: elaboración propia sobre la base del avance del boletín SBS de diciembre de 2011.

Distribución de la cartera de aportes

Mercado peruano de Entidades Prestadoras de Salud EPS a diciembre de 2011
(S/. miles)

Seguro Regular	84.1%
SCTR	14.6%
Seguro Potestativo	1.3%



Fuente: elaboración propia sobre la base del avance del boletín SBS de diciembre de 2011.

un nuevo compromiso:
vive pacífico



un nuevo compromiso: vive pacífico

Desde años atrás, nos concentramos en brindar a las personas respuestas frente a situaciones imprevistas.

En una categoría donde la mayor barrera para las personas consiste en no saber qué pueden esperar de una compañía de seguros, buscamos brindarles evidencias que hicieran tangible el seguro. En otras palabras, demostrarles que su seguro funcionaba de la manera en que ellas lo necesitaban y que tenían a su lado a una compañía que se los garantizaba.

Estar comprometidos de verdad fue la filosofía que guio todas nuestras acciones, desde el diseño de productos hasta los procesos de atención.

Esta estrategia nos trajo excelentes resultados, y nos convirtió en una compañía aun más confiable y dinámica, con indicadores de imagen y posicionamiento consistentemente fuertes. Adicionalmente, la integración del negocio de Vida trajo como resultado la consolidación del portafolio de productos, con una visión integral de las necesidades del cliente.

Esta transformación interna hizo evidente la necesidad de un cambio en la manera en que nos mostramos, porque, si bien Pacífico Seguros era percibida como una empresa

cada vez más moderna, innovadora y cercana, ello no se reflejaba en su identidad visual. Era el momento idóneo para una evolución.

El proyecto, que se prolongó por casi diez meses, contó con la asesoría de Future Brand, uno de los consultores más importantes del mundo en identidad corporativa, que abarcó todos los frentes y equipos de la compañía. El día 22 de agosto, prácticamente todos los puntos de contacto con el público mostraban la nueva imagen y Pacífico Seguros se presentaba como una marca moderna, cálida, dinámica y cercana.

La renovación no solamente se dio en la forma, sino en el fondo: nuestra filosofía también evolucionó. Imaginemos por un momento: ¿qué haríamos si no nos paralizara el miedo? ¿Qué pasaría si la incertidumbre no fuera un elemento en nuestra vida? ¿Cómo serían las cosas si supiéramos que vamos a poder alcanzar lo que nos proponemos?

La vida de las personas está llena de cosas que consideran valiosas, de planes que desean realizar, de experiencias que desean vivir. Cuando una persona vive plenamente es porque tiene la seguridad de que va a lograr sus objetivos sin sobresaltos, sin retrocesos.

Eso es vivir pacífico.

Nuestra filosofía es el resultado de ponernos en el lugar del cliente y entender qué es lo que busca en una compañía de seguros. Y lo que busca es tener un asesor experto, que le ofrezca soluciones que se ajusten a sus necesidades y le brinde respaldo frente a situaciones inesperadas. Busca a alguien que comparta sus objetivos, que valore lo que él valora. Que se esfuerce tanto como él en lograr la vida que desea tener.

En Pacífico Seguros estamos abocados a entender a nuestros clientes de forma integral y a velar por cada aspecto de sus vidas, lo que nos convierte en garantes de su tranquilidad. Queremos que sean capaces de encarar la vida con absoluta confianza. Que sepan que contarán con nosotros cuando se presenten imprevistos y que tengan la seguridad de que los ayudaremos a superarlos.

Hoy podemos decirles: vive pacífico.

The background of the page features a close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, with fingers interlaced to form a heart shape. The hands are positioned in the lower half of the frame, with the heart opening towards the top. The background behind the hands is a bright, slightly blurred outdoor scene, possibly a field or park, with a clear sky. A large white semi-circular graphic element is overlaid on the right side of the page, containing the text.

misión y visión

Nuestra Misión

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

Nuestra Visión

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



estrategia corporativa

En línea con la estrategia de Pacífico Seguros y la filosofía de su nueva identidad, nuestro objetivo principal es ayudar a los clientes a proteger su estabilidad económica, ofreciéndoles soluciones que resguarden aquello que valoran y que aseguren el cumplimiento de sus objetivos. Es decir, hacer que realmente vivan pacífico a través de la oferta de un portafolio integrado de soluciones para todos los aspectos de sus vidas, así como ejercer un nuevo rol de asesores en gestión de riesgos y seguros.

Para enfocar y guiar todos nuestros esfuerzos y ser exitosos en el cumplimiento de esta misión, era necesario establecer competencias en las que debíamos alcanzar un alto grado de madurez.

En ese sentido, y tomando como referencia las prácticas de algunas de las mejores compañías de seguros del mundo, definimos cinco principios que actúan como derrotero en nuestra búsqueda por ser una de las aseguradoras preferidas a nivel latinoamericano.

Estos principios forman parte de nuestra filosofía como organización y orientan todas las acciones que emprendemos. Los hicimos de público conocimiento y representan los compromisos que como Pacífico Seguros asumimos con nuestros clientes y, por lo tanto, lo que ellos pueden esperar de nosotros.

- **Construimos relaciones de largo plazo:** creemos en las relaciones de largo plazo y nos enfocamos en desarrollarlas con nuestros asegurados, corredores y canales de distribución.
- **Somos especialistas en la gestión de riesgos:** trabajamos junto a nuestros clientes para entender sus necesidades y les ofrecemos soluciones que les permitan manejar sus riesgos en forma eficiente.
- **Cumplimos con nuestras obligaciones de forma justa y oportuna:** resolvemos los siniestros de nuestros clientes con un alto criterio de justicia y los pagamos de forma oportuna.
- **Buscamos la excelencia en el servicio al cliente:** asesoramos a nuestros clientes en la gestión de sus riesgos y nos esforzamos día a día para brindarles la calidad de servicio que merecen.
- **Somos una compañía confiable y con amplia solidez financiera:** nuestra fortaleza financiera, así como una gestión profesional y prudente del negocio de seguros, garantizan la más alta capacidad de pago de nuestras obligaciones ahora y en el futuro.

informe de gestión pacífico seguros

En 2011 la producción total de primas por venta de Seguros Generales fue de US\$ 378.5 millones, lo que significó un crecimiento de 13.5% con respecto al año anterior.

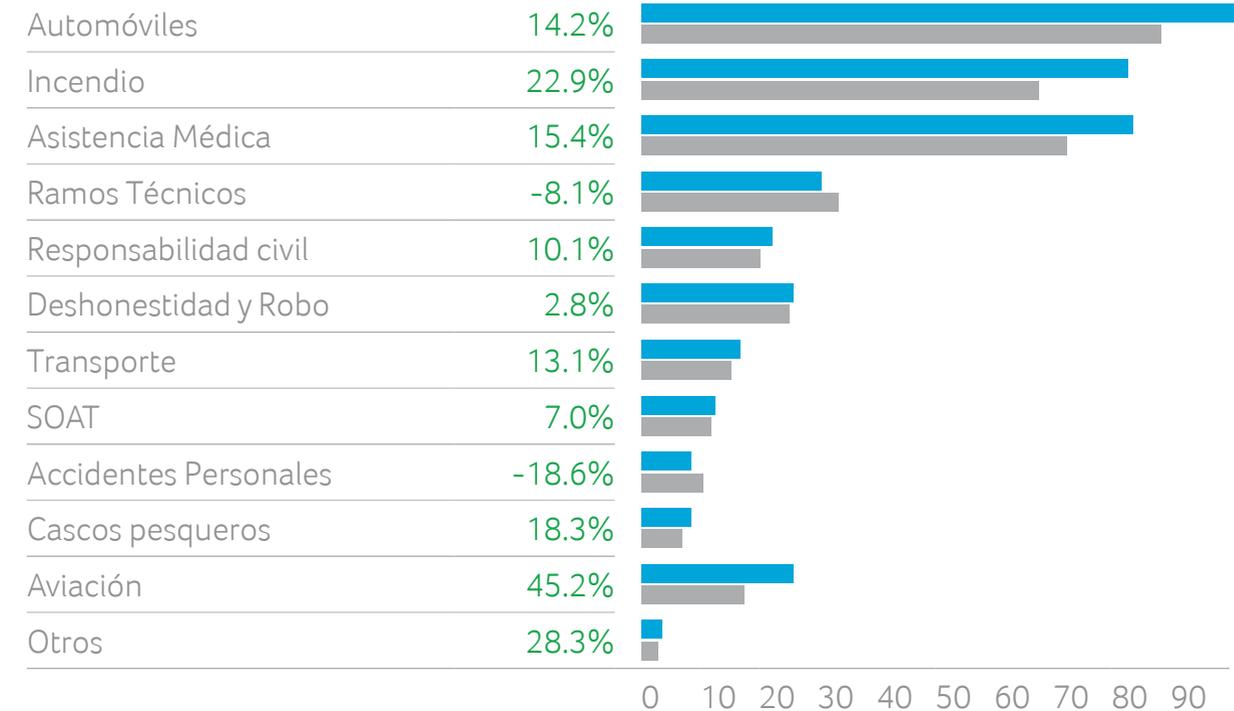
Los ramos relacionados con Seguros de Personas, como Asistencia Médica y Automóviles, crecieron 15.4% y 14.2%, respectivamente,

en concordancia con el objetivo estratégico de alcanzar una mayor participación en el rubro de Riesgos Atomizados.

El ramo de Incendio se incrementó en 22.9%, acorde con el crecimiento del mercado.



Distribución de la cartera de primas Pacífico Seguros primas totales Crecimiento 2011 versus 2010 (US\$ millones/%)



Crecimiento 2011 2010

Fuente: elaboración propia sobre la base de información de Pacífico Seguros.

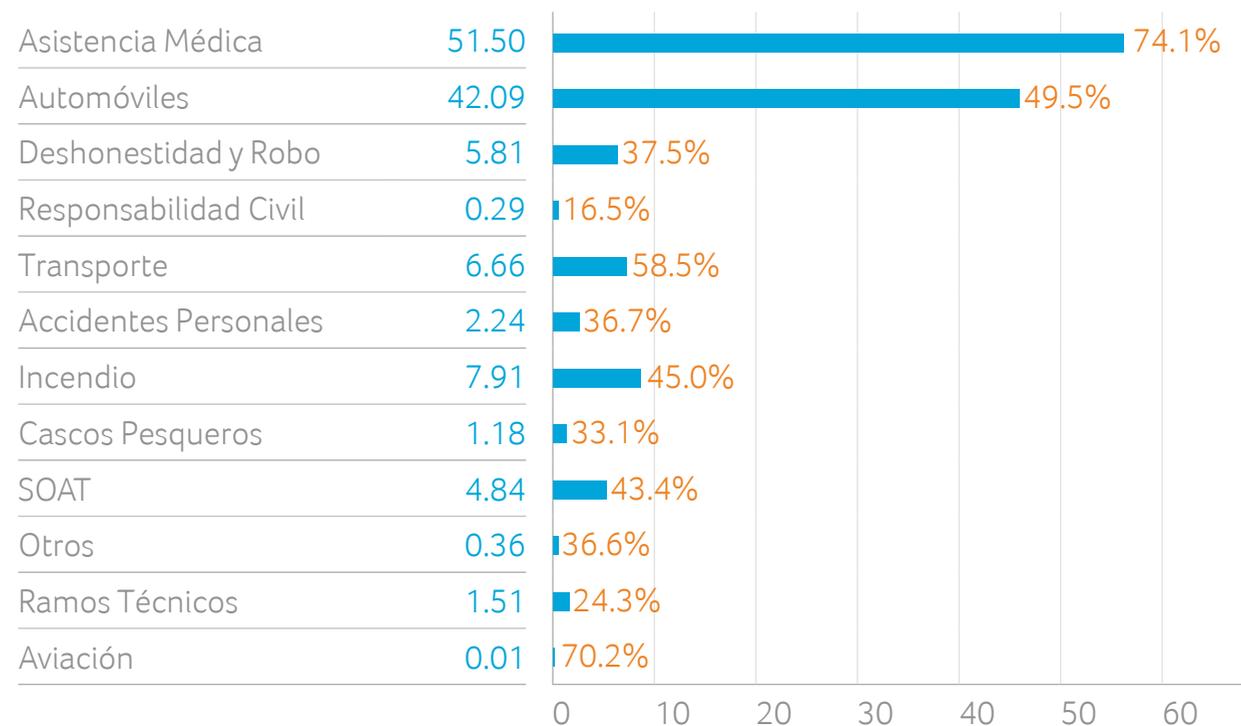
Por otro lado, los gastos por indemnizaciones y atenciones de siniestros netos alcanzaron, en 2011, la suma de US\$ 124.4 millones. La siniestralidad neta registrada en 2011 fue de 54.4%, 4.0% mayor que la del año anterior. Los ramos que más influyeron en el incremento fueron Automóviles con US\$ 11.7 millones, Asistencia Médica con US\$ 7.7 millones y Transporte con US\$ 2.9 millones, que crecieron 8.3%, 3.4% y 20.6%, respectivamente, con respecto a 2010.

En lo que se refiere a los gastos por comisiones netas, estos alcanzaron la suma de US\$ 29.5 millones. El ratio de comisión neta registrado en 2011 fue de 12.9%, 1.1% mayor que el obtenido en el periodo anterior.

El incremento en los ratios de siniestralidad y comisión se explica por el incremento de la competencia (especialmente en el canal tradicional de corredores), lo que ejerció presión a la baja en las tasas y exigió mayores comisiones por la venta de seguros.

El siguiente gráfico muestra la siniestralidad obtenida en los ramos de Seguros Generales.

Distribución de la cartera de Pacífico Seguros Siniestros netos/Siniestralidad neta ganada 2011 (US\$ millones/%)



Siniestros netos SNG

Fuente: elaboración propia sobre la base de información de Pacífico Seguros.

Durante 2011, los ingresos financieros netos en términos anuales registraron un total de US\$ 27 millones, 10.3% por encima de los US\$ 24.5 millones obtenidos en el año anterior.

En tanto, los gastos generales y las remuneraciones totalizaron US\$ 69.6 millones, 22.2% por encima del monto registrado en 2010, como consecuencia de las inversiones que estamos realizando para diversificar nuestros canales de distribución y fortalecer nuestra presencia en provincias. Por ello, en términos relativos, los gastos de remuneraciones y generales por primas netas ganadas aumentaron de 28.3% a 30.4%.

El resultado técnico de US\$ 60.2 millones y los ingresos financieros de US\$ 27.0 millones, luego de los gastos generales, las remuneraciones y los impuestos, dieron una utilidad neta de US\$ 14.2 millones en el negocio de Seguros Generales durante el año.

Al cierre de 2011, la participación en el mercado alcanzó 26.9% en Seguros Generales, lo que mostró una ligera disminución con respecto a la participación de 27.3% obtenida un año atrás.

Productos y Servicios

Autos y SOAT

Si 2010 fue el año en que el negocio vehicular de Pacífico Seguros se enfocó en mejorar y luego extender su gama de servicios, 2011 fue el año dedicado a acercar las soluciones de aseguramiento a nuestros clientes. Productos con coberturas y servicios a la medida de sus necesidades, así como nuevas formas de adquirirlos caracterizaron nuestro trabajo a lo largo de

2011. La preferencia de los clientes por nuestros seguros nos ha llevado a lograr un importante crecimiento de cartera, lo que ratificó que el enfoque de negocios era el correcto.





Productos

El parque vehicular peruano está aún poco penetrado por los seguros vehiculares: solo el 21.0% de los vehículos cuentan con un seguro opcional, que es distinto al SOAT. Esta baja penetración se acentúa en segmentos del parque de mayor antigüedad, y se debe a la falta de una oferta de seguros a la medida de las necesidades de este grupo de clientes. Es así que, desde febrero de 2011, Pacífico Seguros puso a disposición del mercado una gama de productos que complementa al convencional Seguro de Autos Todo Riesgo: Seguro de Autos Pérdida Total, Seguro de Autos Daños a Terceros y Asistencia Vehicular. Estos productos enfocan sus coberturas en riesgos a los que potenciales clientes estarán expuestos, eliminan los excedentes de cobertura, reducen los costos y optimizan la inversión de nuestros clientes. Al cierre de 2011, más de diez mil clientes contarán con alguno de estos seguros.



Canales de distribución

Tener seguros a la medida de las necesidades de los distintos segmentos de clientes es parte del proceso de contar con un parque vehicular más protegido. Igualmente importante resulta facilitar la compra de estos seguros. En tal contexto, poner a disposición de los clientes nuevas maneras de comprar seguros es clave. En 2011 Pacífico Seguros implementó la comercialización de seguros vehiculares a través de dos nuevos canales: Primax y nuestro Call Center de Venta.

El canal Primax nos permite ofrecer una manera ágil de adquirir un SOAT: a través de la red de tiendas Listo ubicadas en las estaciones Primax, un lugar natural para la compra de productos vinculados con un auto. Los resultados fueron auspiciosos: más de tres mil certificados vendidos en menos de seis

meses de operación, lo que demostró el gran potencial del canal para la comercialización de otros productos de aseguramiento.

En el caso del Call Center de Venta, se buscó replicar el éxito del SOAT Delivery en la venta de seguros de autos, al permitir que un potencial cliente, desde la comodidad de su casa u oficina, pueda adquirir el Seguro de Autos Todo Riesgo y recibirlo sin moverse de donde esté. A la facilidad de compra se sumó un componente premio (kilómetros LAN) que hizo más atractiva aun la compra por este canal. El gran potencial de venta de este medio permitirá que durante 2012 nuevos productos complementen la oferta comercial.

Servicios

En Pacífico Seguros entendemos que el servicio de excelencia es un factor de éxito clave para nuestro negocio. Por ello, los esfuerzos en este ámbito se centran en darles a nuestros clientes un proceso de compra fácil, asistencia vehicular inmediata y de alta calidad, y el pago justo y oportuno de los siniestros.

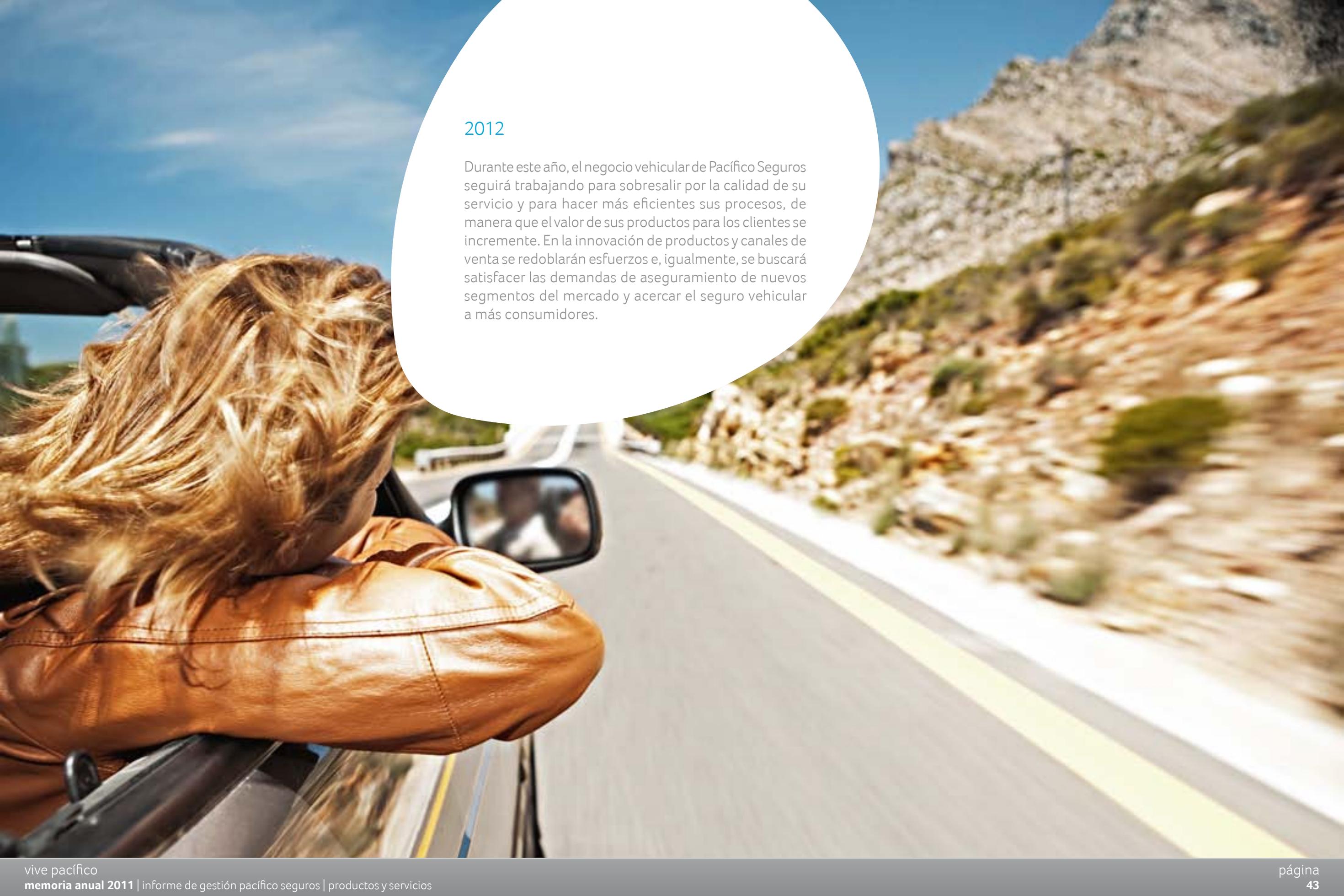
La facilidad del proceso de compra será detallada en la sección *Canales de distribución*. Repasemos, entonces, lo realizado en los campos de Asistencia Vehicular y Atención de Siniestros.

En Asistencia Vehicular —que comprende los servicios de Asesores en Accidentes, Ambulancia, Auxilio Mecánico, Grúa, Chofer de Reemplazo y Auto de Reemplazo— implementamos la Operación Verano 2011, que acerca los servicios a nuestros clientes durante sus traslados a los distintos balnearios del país. Así, doce Estaciones de Atención fueron desplegadas en diversas playas de Piura, Chiclayo, Trujillo, Lima y Arequipa durante los tres meses de la temporada de verano. Más de 4,300 servicios fueron brindados a nuestros clientes a fin de resolver los distintos problemas que se les presentaron. En total, a lo largo de 2011 más de 195 mil asistencias se ofrecieron a nuestros clientes que lograron un cumplimiento de estándares de tiempo superior al 95.0% y una satisfacción por encima del 85.0%.

En Atención de Siniestros, y en línea con nuestro propósito de responder de manera justa y oportuna, desde el segundo trimestre de 2011 Pacífico Seguros viene aplicando la Aprobación Inmediata de Coberturas, cuyo proceso facilita la aprobación, en el lugar del accidente, de más del 25.0% de todos los casos que se reportan, lo que permite a nuestros clientes acudir al taller de su elección e iniciar los trabajos de reparación de su auto de inmediato. Durante 2011, más de 47 mil siniestros fueron atendidos, con un cumplimiento de estándares de tiempo y de satisfacción superiores al 85.0% y al 65.0%, respectivamente.

Más de 195 mil
asistencias vehiculares fueron
ofrecidas a nuestros clientes
durante 2011.



A woman with long, wavy blonde hair is driving a car. She is wearing a brown leather jacket. The car is on a paved road with a yellow line on the side. The background shows a rocky, hilly landscape under a clear blue sky. The text is overlaid on a white circular shape.

2012

Durante este año, el negocio vehicular de Pacífico Seguros seguirá trabajando para sobresalir por la calidad de su servicio y para hacer más eficientes sus procesos, de manera que el valor de sus productos para los clientes se incremente. En la innovación de productos y canales de venta se redoblarán esfuerzos e, igualmente, se buscará satisfacer las demandas de aseguramiento de nuevos segmentos del mercado y acercar el seguro vehicular a más consumidores.

Servicios de **Asistencia Vehicular**

Asesores de Accidentes

En caso de sufrir un accidente vehicular, un asesor acudirá al lugar de los hechos y se encargará de auxiliar y asesorar en todos los trámites necesarios a nuestro cliente y, de ser preciso, enviaremos una grúa que transportará el vehículo al taller que él indique. Adicionalmente, si llegamos después de 15 minutos, nuestro cliente recibirá un bono de US\$ 200 para emplearlo en productos de Pacífico Seguros.

Durante 2011 más de 40 mil clientes fueron beneficiados con este servicio a nivel nacional.

Choferes de Reemplazo

En caso a nuestro cliente no le fuera posible conducir su vehículo, puede solicitar un chofer de reemplazo, quien lo encontrará en un lugar previamente pactado, conducirá su vehículo y lo llevará al destino indicado. El servicio está disponible para los clientes que cuenten con un Seguro Vehicular, y podrá ser solicitado tres veces al año sin costo alguno los 365 días del año durante las 24 horas del día.

En 2011 más de cuatro mil clientes fueron beneficiados con este servicio a nivel nacional.

Remolque y Transporte de Vehículos

En caso el vehículo del cliente se encuentre averiado, una grúa lo transportará al lugar indicado por el.

Durante 2011, más de 25 mil clientes fueron beneficiados con este servicio a nivel nacional.

Auxilio Mecánico

En caso el vehículo de nuestro cliente sufriese algún desperfecto (fallas técnicas, eléctricas o de los neumáticos), u olvidase las llaves dentro del automóvil, un técnico especialista llegará para auxiliarlo. Si se requiriera remolcar el vehículo, se enviará una grúa para transportarlo al taller o lugar señalado.

Durante 2011, más de 24 mil clientes se beneficiaron con este servicio a nivel nacional.

Delivery de Seguros

Nos comprometemos a entregar el SOAT (Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito) máximo en treinta minutos; de lo contrario, este no tendrá costo alguno para nuestro cliente durante todos los años que tenga ese auto. El pago se realiza en el mismo lugar de entrega y puede ser en efectivo o con tarjetas de débito o crédito. La entrega de pólizas de Viaje y Autos será realizada sin costo alguno en la dirección solicitada.

Durante 2011, más de 45 mil clientes se beneficiaron con este servicio a nivel nacional.



Autos de Reemplazo

En caso de un accidente vehicular (choque, vuelco, incendio o robo total), nuestros clientes pueden solicitar un auto en calidad de alquiler mientras sus vehículos estén siendo reparados (las condiciones varían de acuerdo con la póliza del automóvil). Este servicio fue brindado a aproximadamente 3 mil clientes en 2011.

Taller de Mecánica Ligera (exclusivo en temporada de verano)

Si nuestro cliente se encontrase en el balneario de Asia y requiriese servicios de mecánica ligera (cambio de neumáticos, recarga de batería o recuperación de llaves dentro del automóvil), podremos atenderlo en nuestro Pit de Servicios ubicado al lado de la Clínica San Pablo–Pacífico del Centro Comercial Boulevard de Asia.

Pacífico Móvil (exclusivo en temporada de verano)

Si se requiriese trasladar el vehículo asegurado a un taller debido a un desperfecto mecánico ocurrido en la autopista Panamericana Sur (desde el peaje de Villa hasta el kilómetro 140), ofrecemos un servicio exclusivo de movilidad que recogerá a nuestro cliente y lo trasladará, sin costo alguno y con todas sus pertenencias y acompañantes, a su casa de playa o de Lima, según escoja.

Autos en Línea

Nuestro servicio web Autos en Línea —aplicativo con el que nuestros clientes pueden conocer, paso a paso, el estado en que se encuentra la reparación de su vehículo al ingresar el número de la placa en www.pacificoseguros.com— fue potenciado gracias al desarrollo de aplicaciones móviles que facilitan el acceso a la información a través de teléfonos celulares.

Garantía en Reparaciones

Entregamos a nuestros asegurados un Certificado de Garantía con vigencia de un año por los trabajos efectuados en nuestra red de talleres afiliados. La garantía cubre mano de obra, materiales y repuestos.

415-1515

es el número de Pacífico Asiste, nuestra central telefónica de emergencias y asistencia.



Salud

Durante la última década, el sector Salud ha sido uno de los más dinámicos de la economía peruana. Dado el bajo nivel de gasto en salud en el Perú con respecto al PBI (solo 4.6% en comparación con el 6.4% de Colombia y el 8.2% de Chile), se espera que esta tendencia continúe durante los próximos años.

El sistema de Entidades Prestadoras de Salud (EPS) también tiene previsto crecer de manera significativa en la siguiente década,

en respuesta a la inversión privada y al incremento de la disponibilidad de los servicios de salud a nivel nacional.

Asimismo, se espera que la demanda de servicios de salud aumente aún más a raíz de la reciente aprobación de la Ley de Seguro de Salud Universal, que dispone la obligatoriedad de aseguramiento para toda la población y que será implementada gradualmente en los próximos años.

En consideración de lo anterior, venimos ejecutando exitosamente una sólida estrategia que, a nivel internacional, han seguido instituciones líderes como Kaiser Permanente. Esta estrategia se basa en la gestión de los riesgos de salud de nuestros asegurados y de la población, y se apoya en la más importante red de prestación privada.

Dentro del manejo de los riesgos de salud, Pacífico Seguros se enfoca en el bienestar de sus asegurados y afiliados, y desarrolla solu-

ciones integrales de salud para sus diversas necesidades: proporcionamos programas de bienestar y salud, así como programas de prevención que permiten controlar enfermedades o evitan que estas se desarrollen. En asistencia médica y emergencias, aseguramos atención pronta y traslados seguros; y, en atenciones y tratamientos médicos, brindamos acceso a las mejores redes de centros de atención.

Seguros de Salud

Nuevos planes

Como parte de nuestra oferta de soluciones integrales dirigidas a cubrir las diversas necesidades de nuestros clientes, mantenemos una cartera de productos en constante desarrollo. Durante 2011 mejoramos la oferta y accesibilidad de estos productos por los diversos canales de Pacífico Seguros, y llevamos a cabo la simplificación y la mejora de los servicios en todos los productos. Asimismo, ampliamos sus coberturas, entre las cuales las más significativas son la incorporación del programa integral de prevención sin costo alguno, el mantenimiento de las coberturas a partir de los 75 años y una mayor cantidad de servicios en provincias.

Con respecto al lanzamiento de nuevos productos, destacamos el seguro de salud Red Preferente, un seguro accesible que busca llegar a los sectores que aún no cuentan con un seguro integral de salud. Asimismo, iniciamos la comercialización de los seguros de salud y oncológicos por el canal *retail* y la venta de productos de salud por telemarketing y fuerza de ventas directa.



Prevención

Conocedores de que la mejor manera de cuidar la salud es mediante la prevención, Pacífico Seguros firmó un acuerdo con American Institute for Preventive Medicine (AIPM) que permitirá reforzar el desarrollo e implementación de los programas integrales de salud y bienestar. Ellos incluyen programas de prevención y programas para el cuidado y seguimiento de enfermedades crónicas de los clientes.

Servicios de emergencia, atenciones y tratamientos médicos

Pacífico Seguros ofrece a sus asegurados una amplia gama de beneficios, entre ellos servicios de emergencia que alcanzan su punto más alto con el traslado aeromédico en casos de emergencia. Estos servicios se complementan con el acceso a una excelente red de clínicas a nivel nacional e internacional, así como con la atención de ejecutivos de servicio en las principales clínicas del país y, en los casos en los que sea necesario, por la segunda opinión de los mejores especialistas.

Durante 2011 hemos mejorado nuestra oferta de servicios con la implementación del programa Homecare, que brinda la posibilidad de hospitalización de pacientes en su propia casa; y del Servicio de Consejería Oncológica, dirigido a orientar y apoyar al paciente con cáncer y a su familia.

Mejoras en procesos internos

La calidad del servicio y los plazos de atención son los ejes principales para la implementación de un proceso de mejora continua en beneficio de nuestros clientes y proveedores de salud.

Durante el año 2011 logramos cumplir con las metas establecidas mediante el rediseño de todos nuestros procesos operativos. Los tiempos de atención para la aprobación de cartas de garantía y liquidación de reembolsos mejoraron sustancialmente: menos de tres horas para cartas de garantía y menos de 24 horas para reembolsos, en promedio, al finalizar 2011. A ello se sumó la automatización de los procesos de Emisión de EPS, Liquidación de Asistencia Médica y Atención en Clínicas (auditoría concurrente).

Durante 2012 continuaremos desarrollando productos que cubran las necesidades de los clientes y que sean más accesibles en nuevas zonas de Lima y provincias. Incrementaremos la oferta de productos de salud mediante el desarrollo de nuevos productos oncológicos,

odontológicos y asistencias (emergencias y asistencias médicas), y buscaremos seguir influyendo positivamente en los niveles de servicio de atención médica.

Asimismo, seguiremos afianzando los vínculos con nuestros afiliados y asegurados a través de la ampliación y mejora de los servicios de salud —por ejemplo, programas de bienestar y salud, así como de gestión de la salud— y de nuestro programa de enfermedades crónicas, el seguimiento a los pacientes crónicos, el contacto y seguimiento a los asegurados en riesgo, la ampliación de unidades de consejería para enfermedades graves o degenerativas, y la creación de una unidad de consejería para atenciones en el extranjero.

En la mejora de los procesos estaremos enfocados en la unificación y estandarización de los criterios con nuestra Red Propia. Asimismo, continuaremos con el rediseño de nuestros procesos y automatizaciones, y ofreceremos un servicio de calidad a nuestros clientes que apunte a su salud y bienestar.



Seguiremos desarrollando
productos que cubran las
necesidades de nuestros clientes.



Prestaciones

Nuestro modelo de gestión de riesgos de salud incluye tres articuladores claves para construir una red de atención accesible, eficiente y rentable. En primer lugar, los puntos de atención serán dispuestos según el nivel de complejidad requerido, desde las consultas básicas a través de visitas domiciliarias o clínicas que operan en el vecindario, hasta el tratamiento de enfermedades críticas a través de hospitales y centros especializados. En segundo lugar, el uso de historias clínicas electrónicas para garantizar la continuidad y calidad del servicio en toda la red, así como para facilitar el proceso de gestión de riesgos de salud. Y tercero, el uso de la telemedicina con el fin de ofrecer el más alto nivel de servicio a lo largo de toda la red al menor costo posible, lo que maximiza el uso del conocimiento experto de nuestros médicos.

El diseño de esta estrategia tomó dos años de maduración, durante los cuales hemos contado con la estrecha colaboración de los principales consultores locales e internacionales expertos en la materia. Además de nuestra interacción con Kaiser Permanente, hemos trabajado con Medical Group Management Association (MGMA) para diseñar los protocolos médicos y procedimientos de operación; con Deloitte and Touche para el diseño de la arquitectura de tecnología de información necesaria; y con HKS, firma de diseño arquitectónico con sede en Estados Unidos—responsable del diseño de hospitales como el Dubai General Hospital y el Miami Children's Hospital— para diseñar nuestras instalaciones médicas.

De otro lado, prevemos invertir alrededor de 150 millones durante los próximos dos años para consolidar nuestra red. Por lo pronto, venimos construyendo cimientos sólidos a través de las siguientes adquisiciones:

- **Doctor+:** empresa especializada en la gestión de visitas médicas a domicilio y en pequeños centros de salud, que nos ayudará a manejar los servicios de alta frecuencia y a los pacientes crónicos de manera eficiente.
- **Clínica El Golf:** nuestro proveedor de atención médica de bandera con una alta

eficiencia en la prestación de servicios. Situada en San Isidro, una zona Premium, la clínica cuenta con un amplio margen para la expansión.

- **Clínica San Borja:** centro de excelencia médica con profesionales altamente calificados y de renombre que, de inmediato, nos posiciona entre los tres principales proveedores de atención médica en el Perú.
- **Clínica Galeno:** operación situada en Arequipa con gran potencial para posicionarse como nuestro centro de excelencia y para servir a la región sur del Perú.

- **Clínica Sánchez Ferrer:** es una de las clínicas privadas más prestigiosas del norte del Perú, cuya capacidad de expansión le otorga el potencial para atender a una mayor porción de la población de Trujillo y de su zona de influencia en el norte del país.

- **Oncocare:** es un centro ambulatorio especializado en oncología que permite controlar la enfermedad de más alto impacto con la mayor calidad en el servicio, sobre el cual es posible desarrollar una eficiente y completa red de atención.

- **ML Análisis Clínicos:** una operación de laboratorio de gran calidad que permitirá desarrollar una red de laboratorios de alta penetración a nivel nacional y con una oferta integral, que, a través de los análisis y chequeos preventivos, posibilitará diagnosticar y conocer el estado de salud de nuestros clientes.





A estas adquisiciones se suman otras que se encuentran en proceso, así como una serie de mejoras que nos permitirán ser capaces de atender la demanda hospitalaria del norte del país y desarrollar, progresivamente, una oferta ambulatoria en los principales focos poblacionales a nivel nacional. Al concretar estas adquisiciones hemos realizado importantes esfuerzos para identificar el talento en cada compañía y conservarlo a través de contratos a largo plazo, a fin de asegurar el éxito de cada operación.

Estamos convencidos de que estas adquisiciones se beneficiarán con los flujos generados por nuestro negocio de seguros actual,

y que este, a su vez, se beneficiará con la mayor disponibilidad de servicios de salud como resultado de la red propia de nuestra subsidiaria Pacífico Salud EPS.

Finalmente, esperamos generar un círculo virtuoso de la gestión de riesgos de salud que posibilite alcanzar un retorno superior al 20% y cuadruplicar el aporte de nuestro negocio de salud para el año 2015.

Servicios de **Asistencia Médica**

Médicos en Línea

A través de nuestra central de emergencias y asistencia Pacífico Asiste, médicos altamente calificados absuelven las consultas de nuestros asegurados durante las 24 horas del día los 365 días del año.

Médicos a Domicilio

Contamos con profesionales altamente calificados y ofrecemos servicios gratuitos de diagnóstico y análisis en centros especializados de prestigio, cuyos resultados son remitidos a domicilio. Así, durante las 24 horas del día los 365 días del año, 124 mil clientes accedieron al servicio de visitas médicas a domicilio y recibieron atención en la comodidad de su hogar.

Flota de Ambulancias

Nuestras unidades están equipadas para atender cualquier tipo de emergencia médica. Este servicio también está disponible durante las 24 horas del día los 365 días del año.

Clínica San Pablo-Pacífico (exclusivo en temporada de verano)

Gracias a un convenio con el Complejo Hospitalario San Pablo, Pacífico Seguros pone a disposición de sus asegurados y afiliados el servicio de atención de emergencias en la Clínica San Pablo-Pacífico, la única en el Centro Comercial Boulevard de Asia. Esta clínica atiende durante las 24 horas del día y cuenta con una sala debidamente equipada para realizar cirugías menores y estabilizar pacientes críticos. También se ofrecen consultas especializadas en traumatología y emergencias pediátricas, así como el servicio de ambulancias para traslados a clínicas de Lima.

Traslado Aeromédico del Helipuerto de Asia (exclusivo en temporada de verano)

Ofrecemos un helicóptero con todos los equipos médicos necesarios para efectuar evacuaciones en casos de extrema urgencia, previa solicitud de un médico de la Clínica San Pablo-Pacífico del Centro Comercial Boulevard de Asia.

Ejecutivas de Servicio en Clínicas

Ponemos a disposición de nuestros asegurados la mayor cantidad de ejecutivas de servicio en clínicas a nivel nacional, con el fin de orientarlos en todas sus consultas.

Transporte Aeromédico

Nuestros asegurados y afiliados tienen la posibilidad de acceder a una aeronave para traslados a centros especializados de Lima y provincias, que cuenta con una exclusiva tripulación aeromédica certificada para evacuaciones en casos de emergencia. Este servicio es aplicable solo para clientes cuya póliza o plan de salud lo contemple, y previa solicitud de un médico tratante de un centro asistencial debidamente calificado.



Líneas Personales

En marzo, la estructura de productos conformada por equipos especializados por línea de negocios creada en 2010 pasó a formar parte del área de Alianzas y Bancaseguros. Esta unión contribuyó a la masificación de los seguros y a la diversificación de la cartera de clientes; igualmente, logró incrementar en 31.0% el número de clientes de Líneas Personales y cerrar 2011 con una cartera de 899 mil clientes.

Gracias a ello, al cierre de 2011 la Gerencia de Líneas Personales alcanzó una producción de US\$ 45.9 millones y un resultado técnico de US\$ 11.5 millones, lo que representó un crecimiento de 27.0% y 15.0%, respectivamente, con respecto a 2010, además de obtener un ratio de 30.0% de resultado técnico a prima neta ganada. Cabe señalar que este crecimiento se atribuye al incremento de 36.0% de la producción de los seguros de Pacífico Seguros y al incremento de 15.0% de la producción de Seguros de Vida, en especial los de Accidentes Personales que se venden a través de la Gerencia.

Por su parte, Accidentes Personales, que representa el 51.0% de Líneas Personales, alcanzó una producción de US\$ 23,6 millones, de la que el 71.0% corresponde a Pacífico Vida y el resto a Pacífico Seguros. El crecimiento de Accidentes se debió, fundamentalmente, al éxito en la colocación en canales de venta telefónica, con un crecimiento de 28.0% en comparación con 2010. Ello incentivó la venta entre los clientes de

las dos compañías y la venta *over the counter* en canales masivos como Edelnor y el BCP, con un crecimiento de 117.0% y 52.0%, respectivamente.

En este ramo de Accidentes Personales, Pacífico Seguros, junto con su subsidiaria Pacífico Vida, mantuvo el liderazgo en el mercado con una participación de 33.6% en la prima directa reportada en todo 2011, debido a que obtuvo un crecimiento de 14.0% con respecto a 2010. Además, el número de clientes creció alrededor de 14.0% con relación a ese mismo año, hasta alcanzar los 347,456, lo que se explica, básicamente, por el 26.0% de crecimiento en el segmento de estudiantes.

Con relación a las cifras registradas por el producto Protección de Tarjetas, hay que señalar que se logró superar largamente los resultados esperados, con una producción 36.0% mayor que la presupuestada. Este negocio creció 66.0% con respecto a 2010 y logró una producción de US\$ 8.9 millones, un resultado técnico de más de US\$ 2.2 millones, y un ratio de resultado técnico a prima neta ganada de más de 27.0%.

El producto Hogar, por su parte, registró un crecimiento de 42.0% con relación al año 2010 y alcanzó los US\$ 1.87 millones en primas. Dados los resultados alcanzados, y proyectando un desarrollo significativo de la fuerza de ventas de Pacífico Seguros, se espera un crecimiento aun más agresivo durante 2012 (mayor al 100.0%) en el próximo período.





Las 24 horas
los 365 días del
año, nuestros
clientes pueden
acceder a asistencia
en cerrajería,
electricidad y
gasfitería.

De otro lado, Seguro de Viajes logró un incremento en prima directa de 39.0% en el segmento corporativo y un crecimiento de 14.3% en número de pólizas emitidas en el segmento individual.

Asimismo, Garantía Extendida creció 50.0% en prima directa con relación a 2010, y, en número de clientes, obtuvo un crecimiento de 52.0%.

Durante 2011, alineados con la estrategia de atomización de la cartera, en Líneas Personales comenzamos a desarrollar productos sencillos y a la medida de los clientes de los segmentos de micro, pequeña y mediana empresa. Así, logramos implementar de forma exitosa la venta de productos de microseguros para los microempresarios de Financiera Edyficar con excelentes resultados durante los primeros meses de venta y con un *cross sell* de 30.0% sobre los créditos vendidos.

Servicios de Asistencia Domiciliaria

Cerrajeros a domicilio

Nuestros técnicos pueden resolver emergencias relacionadas con el extravío o robo de llaves y con cerraduras estropeadas, ya sea por intento de hurto o por cualquier otra causa que impida la apertura de alguna de las puertas del inmueble del cliente.

Electricistas a domicilio

Nuestros técnicos pueden restablecer el suministro de energía eléctrica si se produjera una falla total o parcial interna debido a un accidente o a una avería en las instalaciones eléctricas del inmueble del cliente.

Gasfiteros a domicilio

Nuestros técnicos pueden restablecer el suministro de agua si se produjeran roturas, fugas o averías en las conexiones externas que afectarían el suministro o evacuación de agua del inmueble del cliente.

Líneas Comerciales

El Perú es uno de los países del continente americano que muestra un alto desempeño en su desarrollo económico: grandes son los avances y retos que el ciudadano peruano percibe, y que las actividades de seguros, financieras, comerciales, productivas y de servicios deben encarar. Para mitigar los riesgos asociados a estos retos, las Líneas Comerciales son, sin duda alguna, el instrumento versátil, proactivo y dinámico que protege contra aquello que puede surgir para impedir el cumplimiento de los objetivos institucionales, gubernamentales y empresariales de crecimiento y desarrollo.

Conscientes del reto que implica estar en la delantera en la gestión del riesgo, y del interés que, como empresa, prima en nuestros objetivos corporativos, las Líneas Comerciales experimentan cada día un mayor grado de especialización de manera multidisciplinaria. Ello demuestra nuestro compromiso con la confianza que tanto empresarios, Gobierno e inversionistas han depositado en Pacífico Seguros para proteger su patrimonio.

Nuestras Líneas Comerciales están diseñadas para brindar la tranquilidad que los clientes necesitan para llevar a cabo su gestión, y contemplan protección en las múltiples actividades del país. De esta forma, contribuimos a mantener la continuidad de las empresas ante la adversidad.





Incendio y Líneas Aliadas

A pesar de su nombre, esta línea abarca coberturas adicionales al incendio, como terremoto, tsunami, deslizamiento (huaico), rayo, huelga, motín y conmoción civil, y brindan a nuestros asegurados los medios adecuados para que, en caso de siniestro, puedan restablecer sus negocios.

Todo Riesgo Construcción y Montaje

El objetivo de estas pólizas es brindar cobertura a todo tipo de proyectos en su fase constructiva. De gran importancia hoy en día, los grandes proyectos de infraestructura cuentan con un seguro de Todo Riesgo Construcción que protege la inversión pública o privada. En este ramo, los bancos, los constructores y, en general, la empresa privada son nuestros principales socios estratégicos. Desde la construcción de una casa a la de una central hidroeléctrica, Pacífico Seguros participa activamente para brindar soluciones de aseguramiento a nuestros clientes.

Ingeniería de Riesgos

Con un equipo de ingenieros ubicados en Lima y provincias, brindamos asesoría a nuestros clientes en procesos de administración y gestión de riesgos enfocados en la propiedad. Apoyamos a través de recomendaciones en temas de prevención y sistemas de protección contra incendios, así como mantenimiento y desarrollo de buenas prácticas, con el único fin de asegurar la continuidad del negocio y preservar los preciados activos de nuestros asegurados.

Transportes

Es una de las líneas que, al igual que la economía, muestra un gran dinamismo. El nivel de especialización de las cadenas logísticas y la distribución exigen respuestas con altos niveles de conocimiento en las variables involucradas. Contamos con un equipo de expertos que trabaja de la mano con generadores de carga, transportistas y operadores logísticos para brindar soluciones de administración y gestión de riesgos que, junto con el seguro, ofrezcan la protección requerida para salvaguardar los intereses y patrimonio de nuestros asegurados.

Canales de distribución

La industria aseguradora peruana tiene el gran reto de llevar el nivel de penetración de seguros de 1.6% (primas totales de seguros/PBI) a niveles de países como Colombia (2.7%) y Chile (5.0%). Para ello, la Gerencia Central de Canales de Distribución viene desarrollando una estrategia multicanal enfocada en los clientes, que busca consolidar

el crecimiento sostenido de Pacífico Seguros a través de una cartera atomizada para continuar logrando resultados predecibles y rentables. Esta estrategia permite a los canales de distribución enfocarse tanto en los segmentos de persona como de empresa para generar ofertas de valor acorde con las necesidades de cada uno de ellos.

Corredores

La Gerencia de Corredores está enfocada en generar un crecimiento sólido y sostenible de la compañía a través de los corredores de seguros en todo el ámbito nacional, y en desarrollar una estrategia de crecimiento a través de un servicio de excelencia. Para lograr este objetivo, divide su atención entre Corredores de Negocios y Corredores Corporativos.

Asimismo, esta gerencia cuenta con un equipo de ejecutivos con amplia experiencia en seguros, solidez técnica y agresividad comercial, plenamente capacitado para atender las diversas necesidades en función de la segmentación de la cartera. El canal Corredores mostró un incremento de producción de 10.0% durante 2011.

Institucional

La Gerencia Institucional es responsable de la captación y administración de negocios de seguros provenientes de empresas y entidades del Estado. Para ello cuenta con ejecutivos especializados que participan en los procesos de selección que ellas convocan.

Gerencia Corporativa

La Gerencia Corporativa dirige su gestión a fidelizar y desarrollar nuevos negocios con los clientes corporativos. La estrategia está basada en brindar una asesoría integral en gestión de riesgos, ofrecer servicios de valor agregado y trabajar de la mano con las áreas de Corredores, Suscripción de Riesgos y Asesoría en Gestión de Riesgos. El equipo de la Gerencia Corporativa está conformado por profesionales con amplia experiencia en el ámbito comercial y sólido conocimiento del sector, por lo que constituye una pieza clave en la estrategia de la compañía.

Alianzas

La Gerencia de Alianzas es responsable de generar el crecimiento sólido y rentable de la venta de seguros y microseguros a través de empresas que cuentan con gran afluencia de clientes, principalmente de los sectores Retail y Financiero.

Para lograr su objetivo, esta gerencia desarrolla ofertas de valor dirigidas a satisfacer condiciones específicas para la alianza y los clientes, así como mantener un soporte operativo que logre la excelencia en los procesos y que permita afianzar relaciones sólidas de largo plazo con nuestros socios de negocio.

Canales Directos

La Gerencia de Canales Directos es responsable de gestionar la venta de seguros a los segmentos de personas y pymes mediante una fuerza de ventas propia enfocada en la captación de nuevos clientes a través de una asesoría integral de sus riesgos.



Nuevos mercados: provincias

Las provincias representan más del 50.0% del PBI del Perú. Ciudades como Piura, Chiclayo, Trujillo y Arequipa han crecido más de 50.0% en promedio en los últimos nueve años.

Más del 40.0% del negocio de Seguros de Vida de Pacífico Vida ya proviene de plazas fuera de Lima; sin embargo, las provincias representan únicamente el 5.0% de la producción de los Seguros de Riesgos Generales.

La penetración de Seguros Vehiculares en provincias es de solo 23.0%, mientras que en Lima es de 40.0%. De los 277,000 vehículos asegurables en provincias (todos los que cuentan con un SOAT), Pacífico Seguros dispone de 17,500 con seguro vehicular (6.0% de los vehículos asegurables) y 36,500 con SOAT (13.0% de los que tienen un SOAT).

En el caso de Salud, en ciudades como Arequipa y Trujillo —consideradas entre las más desarrolladas— solo el 4.9% y 2.9% de la población, respectivamente, tiene un seguro privado, cuando en Lima más del 11% cuenta con uno. En provincias vive más de medio millón de personas del segmento A/B mayores de 18 años que no poseen un seguro o no tiene uno privado. Solo 90,000 personas de este segmento cuentan con un seguro y, de ellas, 10,900 están aseguradas con Pacífico Seguros.

Conscientes de este potencial, y dado el bajo nivel de penetración del seguro en general y de Pacífico Seguros en provincias, durante 2011 la gestión se concentró en prepararnos para liderar el mercado fuera de Lima, así como en la ejecución del presupuesto de ventas.

Con respecto a los resultados de Pacífico Seguros y subsidiarias de 2011, al cierre de diciembre se alcanzó una producción cercana a los US\$ 27 millones, lo que incluye los ramos de seguros generales, EPS y SCTR. Si bien es cierto que este monto solo representa el 5.0% de la producción de seguros genera-

les, la venta en provincias se ha multiplicado por nueve desde 2005, lo que representa un crecimiento de más de 30.0% con respecto a 2010. Oficinas en Huaraz, Chinchay y Cusco han logrado crecimientos por encima del 100.0% en comparación con 2010 y, en el caso de Huancayo, un crecimiento mayor al 160.0%.

Estos resultados son el fruto del trabajo de un equipo motivado y comprometido de más de sesenta colaboradores que opera a través de siete oficinas propias y ocho de representación.

De cara a 2012, y con el objetivo de convertirnos en la empresa de seguros líder en provincias, hemos definido tres frentes en los que trabajaremos y sentaremos los lineamientos de la estrategia.

En primer lugar, el Frente Comercial, que busca definir una oferta de valor integral que responda a las necesidades de cada plaza, con productos simples y mecanismos de distribución que nos permitan llegar a los diferentes segmentos de clientes, penetrar el mercado y lograr capilaridad.





Para ello se conformaron tres gerencias regionales que nos permitirán contar con capacidad de acción y decisión local, se reestructuraron los equipos en las principales plazas —en las que separamos los roles operativos de los comerciales para lograr foco— y se implementaron los equipos de fuerza de ventas directa en Trujillo y Arequipa.

Adicionalmente se definieron nuevas autonomías para poder suscribir con mayor agilidad en los ramos de Autos, SOAT y Riesgos Generales, y se lanzó el piloto del producto de emergencia médica en Cusco durante la realización del CADE en la ciudad imperial.

Por su parte, el Frente de Infraestructura busca brindar el soporte físico y humano que las ofertas de valor requieren para su efectiva ejecución, además de impactar positivamente en la tangibilización del servicio de Pacífico Seguros en cada plaza.

Con este objetivo, se implementaron los servicios de asistencia vehicular y médica en Piura, Trujillo, Chiclayo y Arequipa, se remodelaron diversos ambientes dentro de nuestras oficinas para lograr eficiencia en el

uso de espacios y sinergias entre los equipos, se inició el proceso de transformación de oficinas —de representación a propias— y se implementaron módulos en centros comerciales de Piura, Trujillo y Arequipa.

Por último, el Frente de Operaciones, Procesos y Tecnología no solo busca acompañar la oferta de valor en cada plaza, sino también homogeneizar, estandarizar y automatizar los procesos a fin de lograr eficiencias en el manejo remoto de cara al plan de expansión.

Con este objetivo, se rediseñó el proceso de ventas, suscripción y emisión de seguros de autos, se definieron nuevos protocolos de atención para los módulos en centros comerciales, y se instalaron nuevas impresoras compaginadoras en Trujillo y un POS en Iquitos para lograr capacidad de cobranza y emisión de facturas en esta ciudad.

El desarrollo y crecimiento de Pacífico Seguros en provincias es fundamental para acelerar la recomposición de su cartera hacia los riesgos atomizados y de personas. Por tanto, la ejecución eficiente del plan será indispensable para alcanzar los resultados esperados.

Suscripción y Reaseguros

Gracias al trabajo en equipo y a nuestra voluntad de continuar haciendo prevalecer los principios técnicos del seguro por encima de las exigentes conductas comerciales del mercado, logramos nuevamente un excelente resultado técnico.

Suscripción

Como lo suponíamos, 2011 no fue un año fácil. Las ambiciosas metas fijadas por los accionistas, la economía peruana que creció por encima de las expectativas, los asegurados que demandaron productos más novedosos y personalizados, y un mercado altamente competitivo han exigido de nuestra área de Suscripción el mayor esfuerzo profesional para encontrar soluciones oportunas y eficaces a los requerimientos comerciales, sin descuidar la protección de los estados financieros de la compañía.

Algunos objetivos específicos del área de Suscripción durante 2011 fueron:

1. Reducir la volatilidad del portafolio de Líneas Comerciales y acompañar al área Comercial en el diseño de productos multirriesgo dirigidos a la pequeña y mediana empresa.
2. Descentralizar las decisiones y asignar autonomías de suscripción a los funcionarios encargados de la labor comercial.
3. Buscar mayor penetración en algunos segmentos con productos sencillos, como por ejemplo pólizas de Todo Riesgo Construcción,

para aprovechar el aún vigente “boom de la construcción”.

4. Apoyar en la toma de decisiones oportunas y fundamentadas del área de Reclamos.

Sabemos que nuestras metas son exigentes, pero los principios básicos del seguro también lo son. De ahí que la disciplina en la suscripción siga siendo uno de los principales objetivos en 2012, lo que, sumado a un mayor acercamiento y conocimiento de los asegurados, nos permite mantener la estabilidad en los resultados sin descuidar la motivación y capacitación de los integrantes del equipo.

El compromiso del área de Suscripción no se circunscribe a lo que se nos avecina durante 2012, pues queremos (y es nuestra obligación) estar preparados para afianzar una compañía que perdure en el tiempo y que sea orgullo de los peruanos. Por ello, no nos cansamos de repetir que la base de nuestro éxito consiste en tomar las mejores prácticas de suscripción de nuestros socios estratégicos, lo que, sumado a nuestro capital humano y al apoyo de las diferentes áreas de la compañía —especialmente la Comercial y la de Ingeniería— nos permitirá lograr los resultados esperados de rentabilidad.





Reaseguros

Garantizar la estabilidad y continuidad del negocio es una tarea cuyo éxito depende de los socios estratégicos que escogamos. Por ello resulta de vital importancia mantener una nómina de reaseguradores altamente calificados y con solvencia económica que nos garanticen su permanencia a través del tiempo.

Es así como durante 2011, junto a las directivas de Pacífico Seguros, nos impusimos el objetivo de contar con contratos de reaseguro respaldados por reaseguradoras de primer nivel mundial, que permitan a Pacífico Seguros afrontar los compromisos adquiridos con sus asegurados, en caso de una eventualidad, de manera oportuna y justa.

Somos un área convencida de la necesidad de contar con esquemas de reaseguro sólidos y condiciones adecuadas de cara al entorno económico que posibiliten mantener una relación de largo plazo con los reaseguradores. Por ello, durante 2012 seguiremos comprometidos con la búsqueda de las mejores alternativas de reaseguro, y con prepararnos de manera adecuada para desenvolvernos en un mundo cambiante.

Administración de Riesgos

En Pacífico Seguros y subsidiarias, la Administración de Riesgos se sustenta en el pilar fundamental de la gestión estratégica: la visión de riesgo. En este contexto, contamos con una sólida estructura que hace posible gestionar de manera adecuada los riesgos financieros y operacionales de Pacífico Seguros, Pacífico EPS y Pacífico Vida. Bajo una gestión integrada de los riesgos, acompañamos al negocio y contribuimos permanentemente a proteger a la compañía del deterioro de valor de sus procesos y estrategias.

Como parte de nuestro compromiso de adecuarnos a las mejores prácticas internacionales, y en nuestra calidad de prestadores de respaldo económico a nuestros asegurados, venimos realizando esfuerzos significativos

relacionados con el cálculo de requerimiento de capital bajo los estándares de Solvencia II. Dicha iniciativa apunta a asignar, de manera más eficiente y confiable, el capital necesario para la adecuada gestión de los diversos negocios de la compañía, así como para lograr una suficiencia de reservas acorde con su apetito de riesgo.

Asimismo, desarrollamos una sólida estructura que nos permite administrar, en una sola Gerencia, tanto los Riesgos Financieros como los Operacionales.



Riesgos Operacionales

La confluencia de la estrategia actual con el equipo multidisciplinario de especialistas en riesgo, así como con el modelo de gestión que interactúa con la Visión Corporativa de Riesgos–Credicorp y con empresas de consultoría especializadas para los diferentes frentes, ha permitido a Pacífico Seguros adoptar las mejores prácticas en gestión de riesgos, lo que hace posible que acompañemos al negocio en el día a día de manera más eficiente, a fin de satisfacer a los *stakeholders*.

La Gestión de Riesgos Operacionales se viene desplegando en variados frentes, tales

como el análisis previo al lanzamiento de nuevos productos, la creación de nuevos canales y procesos y la relación con proveedores, con énfasis en un mayor esfuerzo en la continuidad operativa de la compañía. Ello propicia el desarrollo de análisis de impactos de falla en los principales procesos de la organización, a fin de estar siempre preparados para atender a nuestros clientes en situaciones adversas que afecten tanto de manera aislada a nuestras propias instalaciones y procesos, como a un universo de clientes por ubicaciones geográficas comunes (terremotos, tsunamis, etcétera).

Riesgo operacional	Continuidad de negocios	Pérdidas por riesgo operacional	Compliance y prevención
SOX¹ <ul style="list-style-type: none"> • Procesos • Productos • Canales • Proveedores • Proyectos • Estructura 	BIA-RA <ul style="list-style-type: none"> • Planes de continuidad • Gestión de crisis • Planes de Emergencia 	Identificación <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de procesos • Registros de incidentes • Gestión de información • Tendencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación a regulaciones • Control de cumplimiento • Riesgos de incumplimiento • Prevención de lavado de activos

¹ Ley Sarbanes Oxley de los Estados Unidos.

Riesgos Financieros

A fin de proteger los intereses de nuestros asegurados y en cumplimiento de las exigencias regulatorias, la Gestión de Riesgos Financieros vela por el control y medición de los riesgos asociados al manejo de nuestras inversiones, al mismo tiempo que se encarga de hacerle seguimiento a aquellas variables que pudieran comprometer la solvencia patrimonial de la compañía y, por consiguiente, nuestra capacidad para honrar futuras obligaciones. Entre los principales riesgos bajo monitoreo destacan los técnicos, de crédito y contraparte, y de mercado.

La gestión del riesgo técnico cumple con vigilar la suficiencia de primas y de reservas de siniestros con el objetivo de asegurar los más altos estándares en la suscripción, tarificación y gestión de las reservas. Por otra parte, nuestra política de control del riesgo de crédito tiene como principal propósito velar por la solidez financiera de los principales emisores que componen nuestra cartera de inversiones, así como generar señales de alerta temprana en el deterioro de valor de nuestros activos.

Por su parte, la supervisión del riesgo de contraparte contempla la aplicación de criterios estrictos en la selección de reaseguradores, tanto para el negocio facultativo como para la renovación de los contratos automáticos de los diversos programas de reaseguros.

En lo que compete a los riesgos de mercado, la gestión del riesgo de liquidez monitorea constantemente el estado de los vencimientos de activos y pasivos para

mantener un calce adecuado entre los flujos de ingresos y pagos futuros con el fin de contar con instrumentos financieros de fácil y oportuna realización.

De igual forma, el riesgo de tasa de interés es seguido muy de cerca mediante el control de límites internos de duración y vencimiento, así como a través de cálculos de sensibilidad que cuantifican la magnitud de pérdidas potenciales.

En cuanto al riesgo de moneda, este es mitigado gracias a la aplicación y seguimiento de restricciones de exposición por las que se procura mantener un equilibrio adecuado entre la moneda extranjera y la moneda nacional.

Por último, la gestión de riesgos financieros en Pacífico Grupo Asegurador cumple también con monitorear los indicadores de solvencia regulatoria de Pacífico Seguros, Pacífico EPS y Pacífico Vida, al mismo tiempo que cuantifica el impacto que futuras decisiones estratégicas pudieran generar en dichos indicadores.

Crédito y contraparte

- Análisis crediticio
- Deterioro del valor
- *Due diligence* de reaseguradores
- Pérdida potencial

Riesgo técnico

- Suficiencia de reservas y primas
- Monitoreo de variables técnicas

Riesgo de mercado

- Medición
- Control de límites
- Valorización
- Indicadores de gestión

Solvencia

- Indicadores regulatorios
- Estimados de requerimiento de capital bajo Solvencia II

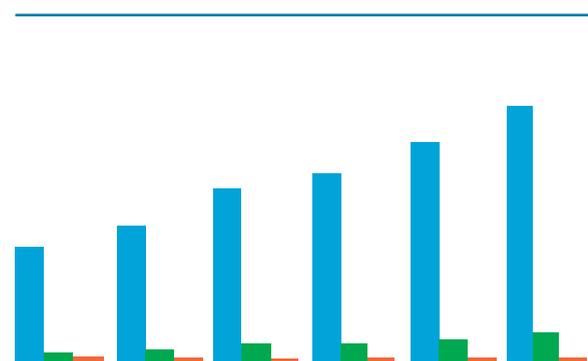


informe de gestión pacífico salud eps

Al mes de diciembre de 2011, la producción total creció en 17.2% y alcanzó los US\$ 171.6 millones. El principal aporte provino de los productos regulares, con US\$ 151.1 millones de producción, seguido por el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), con US\$ 17.5 millones, y por los aportes de contratos potestativos, con US\$ 3.0 millones.

Por su parte, las atenciones de siniestros totales en 2011 alcanzaron la suma de US\$ 137.5 millones, lo que se tradujo en una siniestralidad neta ganada de 80.4% frente al 78.8% obtenido durante el año anterior. Asimismo, el costo de adquisición alcanzó los US\$ 12,8 millones, equivalente al 7.5% de la prima neta ganada, un incremento de 0.6 % en comparación con 2010. El incremento en los ratios de siniestralidad y costo de adquisición es consecuencia de una mayor intensidad de competencia en el canal de corredores, lo que genera una presión a la baja en las tasas y un incremento en el gasto por comisiones. De esta manera, el resultado técnico de US\$ 20.7 millones en diciembre de 2011 fue ligeramente inferior a los US\$ 20.8 millones del período anterior.

Evolución de la Cartera de Aportes Pacífico Salud EPS a diciembre de 2011 (US\$ millones)



2006 2007 2008 2009 2010 2011

68.3	80.2	102.8	111.3	129.6	151.1
5.6	8.0	11.0	11.2	13.7	17.5
3.9	3.2	2.7	2.8	3.1	3.0

Seguro Regular

SCTR

Seguro Potestativo

Fuente: elaboración propia sobre la base de información de Pacífico Salud EPS.

Los ingresos financieros de US\$ 1.42 millones representan una reducción de 2.7% con respecto al año 2010. Este resultado se explica, principalmente, por una pérdida en el rubro de Venta de Valores, pues durante 2011 se vendieron activos financieros de renta fija para cumplir con las obligaciones enmarcadas en el Plan de Gestión de Riesgo de Salud.

En 2011, los gastos generales y las remuneraciones totalizaron US\$ 18.4 millones, 26.6% por encima del gasto registrado en 2010. Al medir los gastos generales y las remuneraciones como porcentaje de la prima neta ganada, se obtiene que estos alcanzaron 10.8% durante el año, superior al 10% del período anterior. Este incremento en gastos con respecto a primas netas ganadas se debe, en particular, al gasto extraordinario de aproximadamente US\$ 2 millones de personal, consultorías y comunicación como resultado de la implementación de la estrategia para el desarrollo de un modelo de gestión de riesgo de salud. Por ello, durante 2011 invertimos cerca de US\$ 110 millones para desarrollar la red privada de prestación médica más importante del país, con lo que adquirimos

paquetes accionarios mayoritarios que nos otorgan la gestión directa de las clínicas El Golf y San Borja en Lima, las clínicas Galeno en Arequipa y Sánchez Ferrer en Trujillo, el centro médico Oncocare en Lima, así como la empresa de laboratorios clínicos Laboratorios ML y la de médicos a domicilio Doctor+. De esta manera, la utilidad neta obtenida fue de US\$ 2.9 millones, 54.7% menor que la alcanzada el año anterior.

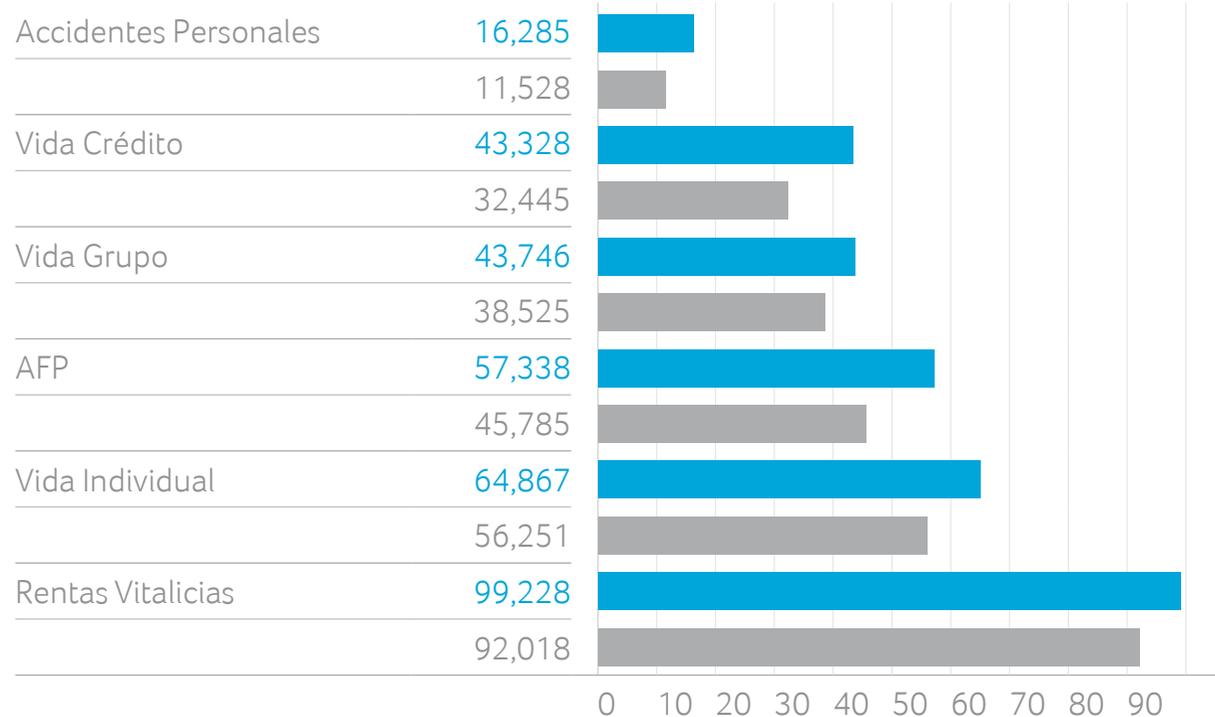
17.2% fue el crecimiento en producción total alcanzado por Pacífico Salud EPS en 2011.

informe de gestión pacífico vida

Durante 2011, la producción total de primas de seguros de vida alcanzó los US\$ 324.8 millones, lo que significó un crecimiento de 17.4% con respecto a los US\$ 276.6 millones del año anterior. Así, se superó el crecimiento promedio de 11.7% de la industria de Seguro de Vida, circunstancia que nos permitió alcanzar una participación de mercado de 25.9%. Cabe resaltar que todas nuestras líneas de negocio experimentaron, en 2011, un aumento importante en su producción, liderado por las primas de Vida Crédito con 33.5%, Seguros Previsionales con 25.2% y Vida Individual con 15.3%.

Vida Individual mostró un crecimiento en primas de 15.3% con respecto al año anterior, e igualó el crecimiento de 15.0% del mercado en dicha línea de negocio. Este aumento fue sostenido gracias a la venta de nuestros productos Seguro de Vida Inversión Oro y Seguro de Vida Inversión, así como a la calidad en el servicio de venta, al aporte de la cartera existente, a la efectividad de la cobranza y al constante desarrollo de los canales de distribución, liderados por nuestro exclusivo

Evolución de la cartera de primas Pacífico Vida (US\$ millones)



2011
2010

Fuente: elaboración propia sobre la base de información de Pacífico Vida.

canal de agencias y seguido por el negocio de Bancaseguros, Brokers y Sponsors.

El canal de agencias, con presencia en veintidós ciudades a nivel nacional, representó el 86.0% de la producción de esta línea, por lo que constituye el canal más productivo y rentable, considerado como la mejor red de agencias en el mercado asegurador peruano y uno de los mejores de Sudamérica.

Es importante mencionar que el mejor resultado obtenido en esta línea de negocio —que superó en 9.0% al obtenido el año anterior— fue posible no solo gracias a la mejor producción de primas de cada uno de sus canales de distribución, sino también por los mejores ratios de siniestralidad y gastos técnicos.

La línea de negocio Vida Individual representó el 20.0% del total de ingresos por primas del año. Además, Pacífico Vida mantuvo su liderazgo en el mercado de Vida Individual con una participación de mercado de 38.9%, diez puntos por encima del competidor más cercano.

Durante 2011 la línea de Vida Grupo (Vida Colectivo, Ley y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo), que representó el 13.5% de los ingresos, aumentó en 13.6% su producción de primas con respecto al año anterior, especialmente la línea de SCTR, cuyo aumento fue de 26.6%, seguida de los productos de Vida Ley con 25.2%. Este incremento significativo está directamente relacionado con el crecimiento del país, la mayor formalización de las empresas y el desarrollo de sectores como Minería y Construcción.

Es importante mencionar la diversificación de los canales de esta línea de negocio, entre los que destacan Brokers grandes, Brokers medianos y Bancaseguros. La participación de mercado en Vida Grupo alcanzó el segundo lugar, con un 28.2%.

También es relevante mencionar la mejora significativa en los niveles de utilidad generados, que superaron en 125.7% a los obtenidos el año anterior debido, principalmente, a las mejoras en los ratios técnicos.

De otro lado, Rentas Vitalicias, que comprende Rentas de Jubilación, Invalidez y Sobrevi-

vencia mostró un crecimiento en primas de 7.8% con respecto al año anterior, lo que convirtió a Pacífico Vida en la única empresa con crecimiento en el año, superando largamente al mercado, cuyo crecimiento disminuyó en -5.95% debido a la finalización del Régimen de Jubilación Anticipada (REJA) que tuvo una importante participación, especialmente, en el segundo semestre de 2010 y en el primer trimestre de 2011. Ello nos indujo a incrementar nuestra fuerza de ventas tanto en Lima como en provincias.

Las primas de Rentas Vitalicias representaron el 30.3% del total de las primas acumuladas de la compañía. Como se mencionó anteriormente, el importante crecimiento obtenido este año nos ubicó en el tercer lugar del mercado, con una participación de 19.6%. Este incremento fue posible gracias a una mayor fuerza de ventas contratada para la venta de los productos de Jubilación Anticipada y, sobre todo, a un trabajo de supervisión permanente a la fuerza de ventas.

Otra línea con ingresos significativos fue Seguros Previsionales (AFP), cuya producción representó el 17.5% del total de ingresos de





la compañía. Al cierre del año acumulado, nuestros ingresos en esta línea crecieron 25.2% con respecto a lo obtenido el período anterior. Las razones fundamentales de este aumento fueron el cambio de tasas a partir de enero y posteriormente, desde julio, el crecimiento del número de cotizantes y la mejor remuneración asegurable mensual.

Cabe destacar el mejor resultado alcanzado en esta línea de negocio, que superó en 6.0% lo obtenido el año anterior y logró la mejor utilidad dentro de todas las líneas de la empresa. También es resaltante el segundo lugar en el mercado que ocupamos en esta línea de negocio, con un 26.8% de participación.

Vida Crédito o Desgravamen es la línea de negocio que considera los seguros cobrados por créditos hipotecarios, créditos de consumo, tarjetas de crédito y pymes, entre otros. Durante 2011 esta línea alcanzó un aumento en su producción de 33.5% con respecto al año anterior, lo que la convirtió en una de las de mayor crecimiento y le permitió alcanzar el crecimiento promedio del mercado.

Definitivamente, el dinamismo del mercado de créditos del país, la expansión de la economía, el incremento del empleo y los mayores ingresos familiares contribuyeron a la buena *performance* de esta línea, sustentada en el mayor crecimiento de los créditos de consumo, hipotecarios y de tarjetas de créditos, tanto en número de colocaciones como en el promedio de préstamos solicitados. A ello se sumó la apertura de canales como Cencosud y Edyficar, que contribuyeron a este mayor crecimiento.

Además, es destacable el primer lugar en el mercado que ocupamos en esta línea, con una participación de 26.1%. Este auspicioso resultado obtenido en 2011 se debió, principalmente, al incremento en la producción de primas y a los menores ratios de siniestralidad y gastos técnicos.

El rubro de Accidentes Personales, si bien presentó una participación menor dentro de los ingresos del año con un 5.1% del total, logró un crecimiento significativo de 41.2% en comparación con el año anterior. Vale indicar que esta línea de negocio es comercializada por nuestro canal de agencias —al igual que

el ramo de Vida Individual—, bancos y otros canales alternativos (*sponsors* y telemarketing), los que propiciaron su importante crecimiento. Desde enero de 2011, las primas provenientes de los negocios con bancos y *sponsors* se presentan sin coaseguro.

El desarrollo de los canales de distribución tanto tradicionales como alternativos sigue siendo una competencia interna clave en Pacífico Vida. Su diversificación se ha extendido y sumado a las empresas del sistema financiero, las tiendas por departamentos y las empresas de servicio público con resultados positivos.

Estamos comprometidos a seguir liderando el desarrollo de los productos que distribuimos a través de nuestros canales tradicionales y no tradicionales, ya que estamos convencidos de que son los vehículos que complementan el crecimiento del mercado.

En cuanto a la composición del portafolio de inversiones, al cierre de 2011 alrededor del 40.0% se encontraba invertido en instrumentos del exterior, 30.8% en instrumentos emitidos por el Gobierno peruano o garan-

tizados por este, y alrededor del 26.9% en instituciones financieras o corporaciones privadas locales. A su vez, más del 66.8% de las inversiones del portafolio correspondieron a instrumentos con categoría Grado de Inversión Internacional, mientras que todas las inversiones corporativas locales contaban con la calificación Grado de Inversión Local según los criterios de calificación de las calificadoras locales. Adicionalmente, las inversiones en instrumentos de renta variable ascendieron a 4.8%.

Estas inversiones correspondieron a instrumentos financieros emitidos por instituciones internacionales y locales de primer nivel. De esta manera, la óptima calidad financiera y crediticia de nuestras inversiones nos permitió asegurar el pago de los compromisos futuros asumidos con nuestros clientes.

Por su parte, alrededor del 83.6% de las inversiones del portafolio correspondió a instrumentos de renta fija, los cuales están invertidos con el propósito de mantenerlos hasta su vencimiento. Asimismo, las inversiones clasificadas como disponibles para la venta ascendieron a 11.9%. Ambos tipos de

activos respaldaron líneas de negocio en las que los flujos de obligaciones son conocidos o inferidos mediante estimación probabilística, y están garantizados por la compañía. En este tipo de productos, nuestra política de inversiones estuvo enfocada en lograr y mantener un adecuado calce de moneda, tasa y plazo entre activos y pasivos (*cash flow matching*) a fin de mitigar o eliminar el riesgo de tasa de reinversión y el riesgo de liquidez.

En las líneas de negocio que no garantizan retornos mínimos, la política de inversiones se concentró en lograr rentabilidades de largo plazo acordes con el riesgo y las políticas de inversión de cada portafolio. En este tipo de productos, la empresa mantuvo inversiones en instrumentos de renta fija y de renta variable con la intención de mantenerlos o de negociarlos a corto plazo. El comportamiento de estos productos fue evaluado de acuerdo con el *benchmark* de referencia de cada portafolio.

En lo referido a las inversiones inmobiliarias, al cierre de 2011 manteníamos en cartera la torre de oficinas N° 1 del Complejo Empresarial Cronos en el distrito de Surco, una inver-



Resultados acumulados mayores en un 48% a los de 2010 logró Pacífico Vida durante 2011.

sión que representaba el 1.0% del portafolio. La construcción de esta torre está concluida y fue entregada a los locatarios para su uso. A la fecha, un 100.0% del área disponible de este inmueble está alquilado. Los locatarios de la Torre 1 son, en su mayoría, empresas subsidiarias de corporaciones extranjeras y empresas locales de elevado perfil crediticio.

Finalmente, la calificadora Fitch Ratings ratificó la calificación de riesgo de Pacífico Vida de BBB, con Outlook Estable, como resultado de demostrar, de manera sostenida en el tiempo, una gestión que busca desarrollar la compañía integral y prudentemente, lo que favorece su fortalecimiento y crecimiento sobre bases sólidas. La adecuada gestión de riesgos y las estrictas políticas de suscripción, así como la gestión de inversiones y la fortaleza financiera son las principales variables de negocio que sustentan esta calificación.

Durante 2011, los gastos generales aumentaron en 17.4% frente a los del año anterior, con los rubros de Gastos de Personal (fuerza de ventas) y Servicios de Terceros como los de mayor crecimiento, mientras que

Total Primas aumentó en 18.0%. A nivel de ratio de gastos estamos en 13.1%, una cifra similar a la del año anterior. Además, continuamos con nuestra política de control de gastos y esperamos alcanzar nuestros objetivos trazados para mejorar, aun más, nuestra rentabilidad.

En el rubro Siniestros estamos en un nivel de 18.5%, una cifra por encima de la de 2010. Sin embargo, a nivel de ratio de siniestralidad terminamos en 36.5%, un porcentaje similar al del año anterior debido, especialmente, a la baja siniestralidad en Vida Individual y Accidentes Personales.

Asimismo los gastos técnicos se incrementaron en un 24.7% con relación al año anterior, que se explican, básicamente, por el aumento de los costos comerciales en el negocio de Desgravamen.

En lo que respecta a los resultados acumulados a diciembre de 2011, estos fueron mayores en un 48.0% a los obtenidos en el mismo período del año anterior debido, principalmente, a la mayor producción de primas, los mayores ingresos financieros

registrados, las mejores rentabilidades en los negocios de Vida Crédito, Vida Grupo, Accidentes y Seguros Previsionales, la continua mejora en la política de control de gastos y la ganancia por venta de valores. A diciembre de 2011, Pacífico Vida obtuvo una utilidad neta antes de participación minoritaria de US\$ 50 millones.

Áreas de Soporte

División de Planeamiento, Procesos y Tecnología

La estructura integrada de la División de Planeamiento, Procesos y Tecnología hace posible que la gestión de procesos, el manejo de tecnología de la información y la ejecución de los principales procesos operativos estén alineados con la estrategia corporativa de Pacífico Seguros y formen, verdaderamente, parte de nuestro día a día, en lugar de funcionar como proyectos puntuales que se ejecutan ocasionalmente.

La división brinda soporte a toda la organización en el desarrollo de competencias a través de nuestros cinco principios de gestión y del diseño y la dirección de los principales procesos operativos de la empresa. Así,

aseguramos la disponibilidad y la entrega de servicios que agregan valor, y contribuimos al posicionamiento y a la sostenibilidad del negocio. Destacamos tres objetivos centrales: satisfacer consistentemente las expectativas de los clientes, alcanzar la excelencia operacional y gestionar el ratio de eficiencia.

Durante este período, se consolidó la organización de la división: por un lado, se integraron las áreas de Gestión de Procesos y Canales Virtuales a la de Tecnología de la Información, mediante la creación de la nueva área de Procesos y Tecnología; y, por otro lado, se creó la nueva área de Calidad y Desempeño de Procesos.

Satisfacemos consistentemente las expectativas de nuestros clientes.



Planeamiento

El área de Planeamiento continuó evolucionando en su rol de facilitar la ejecución del proceso de planeamiento estratégico y de asegurar el control de la estrategia corporativa en términos de los principales objetivos y metas. Logramos la integración de las estructuras similares que existían para los negocios de Riesgos Generales, Salud y Vida. Asimismo, a la luz de la ejecución de nuestra estrategia de gestión integral de riesgos de salud e incursión en el negocio de prestación, venimos reforzando nuestros mecanismos y equipo de planificación y control.

Hacia el futuro, uno de los proyectos más importantes y prioritarios del área tiene el objetivo de desarrollar ventajas competitivas alrededor de la gestión de la información. Por ello, venimos trabajando con consultores de nivel internacional para implementar un adecuado gobierno de información, alinear conceptos de negocio e indicadores, asegurar calidad óptima de información y desarrollar capacidades de inteligencia de negocios. Todo esto a través de las mejores prácticas y los marcos de referencia de la industria aseguradora a nivel global.

Procesos y Tecnología

El área de Procesos y Tecnología continuó ejecutando una cartera de iniciativas de reingeniería de procesos claves, así como planteando mejoras concretas y medibles en función de principios de simplificación y estandarización, consistencia en la ejecución, maximización de la productividad y excelencia en el servicio.

Somos conscientes de que el área de Tecnología debe estar al servicio de la empresa y, por eso, más que un soporte, debe ser un socio estratégico de las distintas unidades de negocio y comerciales de la organización. Para cumplir con el compromiso plasmado en nuestros cinco principios de gestión, la estrategia de Tecnología de la Información apunta, por un lado, a entregar soluciones que generen valor en los distintos procesos de negocio y, por otro lado, a brindar información confiable y necesaria para tomar decisiones oportunas y generar conocimiento.

En el transcurso de 2011 seguimos invirtiendo en nuestra plataforma tecnológica para sostener el crecimiento de nuestro negocio, la integración operativa con nuestros distintos canales y la racionalización de la infraestructura tecnológica para reducir los costos de operación. Se lograron importantes mejoras en la disponibilidad y estabilidad de los servicios, y se culminó la mayor parte de las iniciativas de reingeniería de los procesos internos del área de Tecnología de la Información a través de mejoras prácticas y estándares de nivel mundial.

En este período se inició la fase de análisis y evaluación para la transformación de nuestros procesos de negocio y la modernización de nuestra plataforma tecnológica, en línea con una arquitectura flexible basada en modelos de referencia para la industria. Para ello contamos con la asesoría de expertos que nos ayudaron a establecer una hoja de ruta a mediano plazo para alcanzar, gradualmente y con un programa estructurado en fases, nuestra visión de una verdadera arquitectura empresarial que sostenga la estrategia del negocio.





Operaciones

El enfoque del área de Operaciones se centró en la implementación de estándares de atención para todos los procesos operativos —tanto para clientes internos como externos— y en su ejecución consistente. Se continuaron los esfuerzos de industrialización para las labores de ventas, suscripción y emisión, y se lograron grandes mejoras en términos de tiempos y calidad. Además, nos aseguramos de que los contratos de seguros reflejen fielmente las coberturas otorgadas a los riesgos suscritos de nuestros clientes.

La Gestión de Cobranzas se concentró en aumentar la accesibilidad para el cliente y

la efectividad de la recaudación mediante la utilización de canales alternativos de pago. Así, alcanzamos niveles récord de recaudación, con mayores reducciones en las cuentas por cobrar y mejoras en los ratios de efectividad de cobranzas. Además, nuestros canales de atención generaron mayor valor para nuestros clientes a través de la tangibilización de la calidad del servicio en cada punto de contacto, el manejo adecuado de sus expectativas y la resolución de sus inquietudes y consultas en primera instancia.

Calidad y Desempeño de Procesos

El área de Calidad y Desempeño de Procesos tiene la misión de asegurar y facilitar el cumplimiento consistente de nuestra promesa de servicio en los procesos claves a través de una medición integral y rigurosa, y de la adopción de metodologías de mejora. En esta dirección, continuamos con el desarrollo e implementación de mecanismos de control estadístico de nuestros procesos de gestión, medidos de manera integral y bajo la perspectiva de nuestros clientes.

Asimismo, mantenemos nuestro enfoque en la adopción de metodologías de clase mundial como Lean y Six-Sigma, que nos permiten gestionar un programa corporativo de proyectos con el apoyo de consultores extranjeros. En el frente de capacitación, nos convertimos en una de las pocas empresas que cuenta con colaboradores certificados, oficial e internacionalmente. Vale subrayar que cuatro de nuestros ejecutivos cuentan con la certificación Lean Six-Sigma Black Belt otorgada por la American Society for Quality (ASQ). Al propiciar que nuestros colaboradores se conviertan en protagonistas de las mejoras, aseguramos la sostenibilidad del programa y de las mejoras que ellos mismos se encargan de diseñar e implementar.

Marketing

Durante el año 2011, el área de Marketing se concentró, principalmente, en consolidar capacidades que permitieran liderar el proceso de cambio de imagen, además de mantener un agudo enfoque en el cliente para construir, desde diferentes frentes, relaciones de confianza que sean permanentes en el tiempo.



Comunicación, publicidad y marca

Iniciamos el año 2011 poniendo al alcance de nuestros clientes toda nuestra capacidad en una de las temporadas en la que más nos necesitan, pues durante el verano existe una gran movilización de personas hacia las playas, lo que los expone más a diferentes eventualidades. Conscientes de ello, instalamos doce estaciones de asistencia a lo largo de la carretera Panamericana Sur, donde se mostraba de manera tangible, a través de una flota reforzada con ambulancias, grúas, asesores motorizados y otras unidades de asistencia, nuestra presencia al servicio de nuestros clientes. El objetivo era transmitirles la confianza de poder disfrutar de esta temporada con tranquilidad.

En junio y julio, volvimos a impulsar el servicio de SOAT Delivery con la promoción *SOAT para toda la Vida*, con el que nos comprometimos a llegar con el seguro en un máximo de treinta minutos y, de no hacerlo, a entregar al cliente el SOAT gratis durante todos los años que tenga su auto.

Por otra parte, en agosto se llevó a cabo el cambio de identidad de Pacífico Seguros, que estableció un punto de inflexión en la historia de la marca. A partir de ese momento, Pacífico Seguros se presenta como una compañía de seguros más cercana, amigable, cálida y accesible, y deja atrás elementos de rigidez y frialdad sin perder la confiabilidad y solidez que un cliente necesita. Este cambio se aplicó a todos los fren-

tes de la organización, desde la publicidad hasta las unidades de asistencia en Salud y Autos, con el fin de aprovechar cada una de las oportunidades para reforzar nuestro nuevo compromiso.

La nueva identidad se apoya visualmente en dos elementos claves: por un lado, todo el sistema gráfico se basa en la tilde de la palabra “pacífico”, y representa nuestro interés en poner el acento en aquellas cosas que son importantes para el cliente. Por otro lado, el color cian como eje cromático nos permite manejar identificación y consistencia en cada punto de contacto, para establecer un vínculo con el color azul que habíamos utilizado históricamente, pero modernizándolo y cargándolo de una nueva energía.

El cambio se presentó a través de una campaña integral de comunicación que tenía como núcleo nuestra nueva promesa: *vive pacífico*, que representa nuestro interés en ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de vivir una vida plena y, al mismo tiempo, establece una forma de dirigirnos al cliente totalmente diferenciada de la de otros competidores en la categoría. Se trata de un nuevo territorio de marca que sirve como vínculo entre todos y cada uno de los mensajes que generamos.

En ese sentido, fue un hito también la posibilidad de contar con una marca robusta bajo la

cual se integraran las tres líneas de negocio de la compañía: Salud, Vida y Seguros Generales, lo que genera una promesa uniforme, un único tono y una plataforma transversal que permite al cliente establecer conexiones entre cada comunicación que recibe.

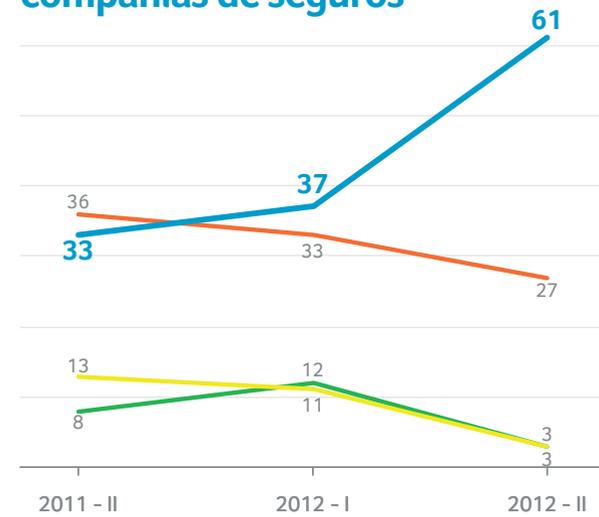
Hacia el interior de la organización, fue una oportunidad ideal para establecer una misión, una visión y unos principios integrados que guíen cada una de nuestras acciones, los que fueron definidos con la participación de todos los colaboradores.

Como una evidencia de nuestra nueva promesa, en octubre presentamos nuestro Programa Integral de Prevención bajo el concepto *Chequearte es lo mejor que puedes hacer por tu salud*. Ofrecimos a nuestros asegurados con productos modulares un conjunto de chequeos preventivos que permiten anticiparse a una enfermedad y tener la tranquilidad de conocer su estado de salud.

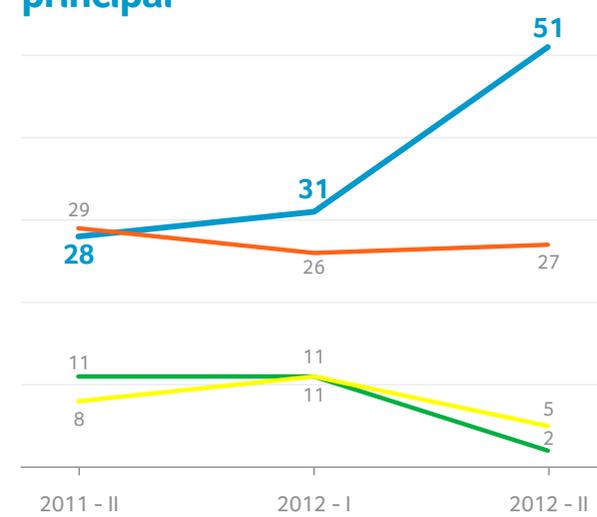
Los resultados de estos esfuerzos fueron inmejorables: los indicadores claves se incrementaron de manera significativa, desde aquellos referidos al *top of mind* hasta los relacionados con preferencia, recomendación e intención de uso.



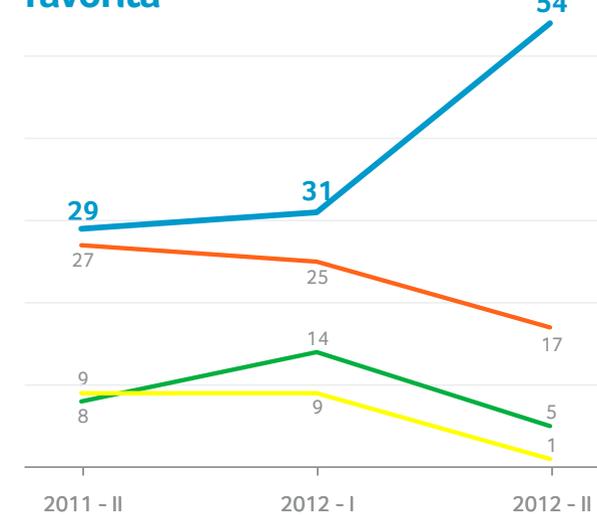
Top of mind de compañías de seguros



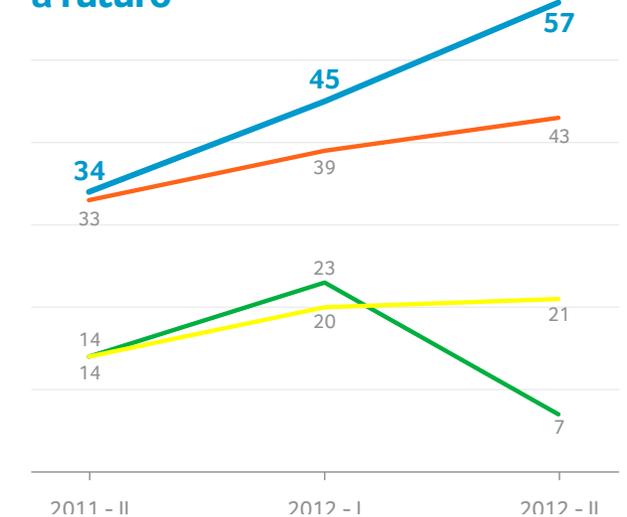
Compañía de seguros principal



Compañía de seguros favorita

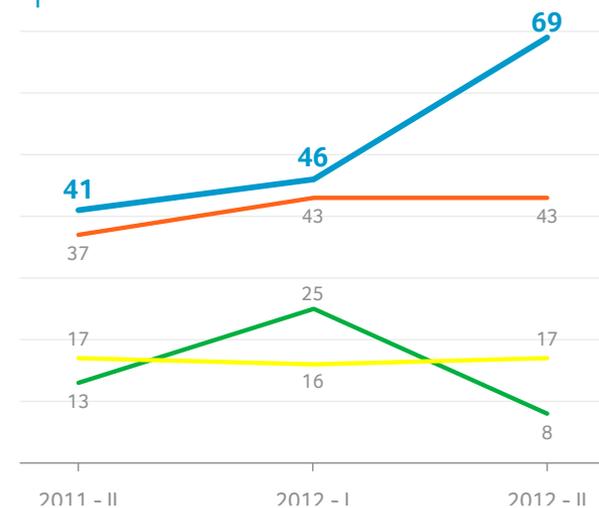


Compañía que contrataría a futuro



Fuente: Estudio Brand Graph-Ipsos Apoyo 2011

Compañía de seguros que recomendaría



Primer lugar en la percepción de mejor compañía de seguros según los estudios de Imagen Corporativa de Ipsos-Apoyo.

Una vez más, los estudios de Imagen Corporativa de Ipsos-Apoyo nos colocaron en el primer lugar en la percepción como la mejor compañía de seguros en las tres audiencias clave: Líderes de Opinión, Sector Empresarial y Opinión Pública. Asimismo, la XI Encuesta Anual de Ejecutivos de la Cámara de Comercio de Lima reconoció a Pacífico Seguros como la mejor compañía de

seguros en las tres categorías: Seguros Personales, Seguros Empresariales y EPS, lo que evidenció que el segmento de ejecutivos nos prefiere tanto para los aspectos personales de su vida como para los relacionados con su empresa. Finalmente, la prestigiosa publicación financiera británica *World Finance* reconoció a Pacífico Seguros como la Mejor Compañía de Seguros del Perú.

Fidelización

El área de Fidelización desarrolló y consolidó los programas destinados a construir relaciones de largo plazo en dos audiencias claves: clientes y corredores.

Clientes

Con el objetivo de acercarnos a nuestros clientes se lanzó el Club Vive Pacífico, un programa de beneficios basado en tres pilares: Comunicación, Prevención y Servicio y Promociones. En cuanto al primer pilar, se optimizó el plan de contacto hacia nuestros clientes, se unificaron los esfuerzos de Comunicación de Pacífico Vida con los de Pacífico Seguros, y se reforzaron los beneficios más resaltantes de cada una de las pólizas de Salud, Autos y Hogar.

Por el lado de la Prevención, se lanzó la web de salud y bienestar con el área de Canales Virtuales y la División de Negocios de Salud, y se restableció el envío de los boletines mensuales de salud que incluyen noticias médicas, consejos, artículos familiares y temas de alimentación basados en los materiales del American Institute for Preventive Medicine, con el que mantenemos una alianza estratégica. Los boletines lograron un ratio de lectura de más de 18.0%. Asimismo, se iniciaron charlas mensuales sobre temas de salud como peso y obesidad, cuidado de la piel y primeros auxilios, que tuvieron lugar en nuestra sede ubicada en la calle Augusto Tamayo.

Por último, en el transcurso del año reforzamos los conceptos de Servicio y Promociones

con tres iniciativas concretas: el programa de descuentos Multiventajas, enfocado en tarifas preferenciales en establecimientos de prevención en Salud, Autos y Hogar; los concursos de actualización de base de datos, que incluyeron sorteos de entradas para el concierto de Marc Anthony y premios diversos como cámaras de fotos y televisores, con los que se logró actualizar los datos de más de mil personas; y una alianza estratégica con LAN que nos permite otorgar kilómetros Lanpass a nuestros clientes al momento de adquirir nuevas pólizas de autos y viajes.

Adicionalmente a los beneficios que reciben todos nuestros clientes, continuamos con el programa para clientes Premium. En el transcurso del año se reforzaron los protocolos de atención de las ejecutivas y la plataforma de servicios Premium, e, igualmente, se trabajaron los descuentos diferenciados del programa Multiventajas. En un estudio de mercado efectuado a mediados del año, el 81.0% de los clientes Premium indicaron estar satisfechos, muy satisfechos o totalmente satisfechos con la atención que habían recibido.

Además de las iniciativas realizadas para satisfacer a nuestro cliente-persona, también nos concentramos en nuestro cliente-empresa, para quien lanzamos, a mediados del año, la revista *Gestión del Riesgo*, una publicación trimestral dedicada al análisis, identificación, evaluación y prevención de los riesgos que se presentan en el camino de toda empresa. La revista cuenta con un tiraje de 2,000 ejemplares por edición, que son distribuidos a nuestros principales clientes.



Corredores

Con el objetivo de fortalecer la relación comercial y de confianza con los corredores de seguros, se continuó con el Programa de Fidelización Círculo de Corredores, que incluye:

- Programa de Incentivos: un sistema que permite al corredor canjear premios por los puntos alcanzados a través de la venta de pólizas. Asimismo, reconocemos el esfuerzo realizado durante todo el año con viajes por metas logradas. En 2011 se realizaron viajes a Estambul (Turquía), Punta Cana (República Dominicana) y Cabo San Lucas (México), además de la asistencia a la final de la Copa América en Argentina.
- Escuela de Corredores: brinda capacitación a los corredores de seguros y a sus colaboradores. Su objetivo es contribuir al desarrollo del sector asegurador y consolidar nuestra relación. Contamos con más de noventa alumnos graduados.
- Plan de Comunicación: página web exclusiva para corredores y *mails* mensuales con noticias resaltantes sobre la compañía.



Gestión de Clientes

Con la finalidad de fortalecer el enfoque en el cliente de nuestra compañía, se creó en mayo de 2011 la Gerencia del Cliente con dos retos específicos para la cartera integrada de Pacífico Seguros:

- Potenciar los modelos de gestión de clientes-personas que aseguren una experiencia positiva de los clientes con Pacífico Seguros. Esto abarca la definición de los modelos de venta, productos, procesos de gestión de cartera, servicio al cliente y otros que se apliquen a las carteras de clientes modulares y masivos.
- Conceptualizar, implementar y gestionar la red física de puntos de contacto, servicio y venta de Pacífico Seguros a nivel nacional, que facilite el acercamiento directo de la compañía al consumidor.

En función de su encargo, esta es un área transversal a la organización y tiene injerencia directa, indirecta o un alto grado de coordinación con los canales de distribución, líneas de negocio, áreas de soporte y marketing. Actualmente, en términos del portafolio de clientes bajo gestión, contamos con un aproximado de 1.2 millones de clientes.

Entre las principales acciones adoptadas durante este año podemos mencionar las siguientes:

- Despliegue de la Agencia de Mantenimiento de Cartera a nivel nacional, cuyo objetivo es el potenciamiento del servicio y la fidelización de la cartera de clientes de las Agencias Vida Individual de Pacífico Vida. Esta Agencia administra un total aproximado de 50,000 clientes y US\$ 40 millones en cobranzas, y dispone de un equipo de veinticinco personas.
- Desarrollo de esquemas de servicio especializados para la cartera de clientes modulares de las líneas Autos, Hogar y Salud. Esta gestión se aplica al proceso de renovación de un total aproximado de 42,000 pólizas y a la retención de pólizas en proceso de cancelación.
- Integración y fortalecimiento de los esquemas de comunicación con clientes, y mejoramiento de los procesos operativos y protocolos de servicio que afectan directamente al cliente-persona.
- La finalización de las herramientas de *financial planning* que se despliegan en los canales de distribución directos, y la preparación del portafolio de productos y condiciones para la venta cruzada a la cartera de clientes individuales de Pacífico Vida bajo el concepto de asesoría integral de riesgos.

Asimismo, se han dado los primeros pasos en la definición de la estrategia de acercamiento físico de Pacífico Seguros al consumidor, vía la implantación de puntos de contacto y servicios a nivel nacional. El año 2012 nos centraremos en la implementación de esta iniciativa.

Cabe agregar que 2011 estuvo lleno de retos interesantes, fue el año de la consolidación e integración de los equipos de trabajo, y del alineamiento conceptual y trabajo coordinado entre diversas áreas de la organización. Ello nos ha permitido sentar las bases para implementar, con confianza y celeridad, las múltiples iniciativas que tenemos planificadas para el año 2012.



Responsabilidad Social Empresarial

Gestión sostenible

El año 2011 representó para Pacífico Seguros una oportunidad de reforzar nuestro compromiso con la salud y la prevención de riesgos, pero también nos permitió asumir una responsabilidad con el cuidado del medio ambiente: nos convertimos en una empresa carbono-neutral.



respira

En línea con nuestra nueva filosofía de vivir pacífico, decidimos convertirnos en la primera aseguradora verde del país; es decir, una empresa comprometida con el medio ambiente, que mide su impacto ambiental, lo reduce y, posteriormente, compensa aquella emisión de CO₂ remanente invirtiendo en proyectos que le permiten eliminar tanto dióxido de carbono de la atmósfera como el que genera.

Con este propósito, invertimos en proyectos de conservación de bosques en la Reserva Nacional de Tambopata y en el Parque Nacional Bahuaja Sonene, ubicados en el departamento de Madre de Dios, y que constituyen dos de los ecosistemas con mayores índices de biodiversidad en el mundo. De esta manera, buscamos compensar al 100.0% las emisiones de CO₂ y ayudar, así, a mitigar uno de los principales factores del calentamiento global.

Como complemento de esta iniciativa, Pacífico Seguros colabora con el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (Senamhi) en la elaboración de infografías sobre las proyecciones de cambio climático a cincuenta y

cien años de cuatro cuencas principales del país, y de una historieta sobre dicho fenómeno orientada a educar a niños y escolares.

Desde el frente de la salud, continuamos apoyando a los sectores de menos recursos a través del programa *Pacífico te cuida*, que durante más de cinco años ya ha beneficiado a más de 1.800 personas, especialmente a niños menores de catorce años, y que ofrece atención gratuita en las especialidades de pediatría, oftalmología, obstetricia, nutrición y medicina general.

Durante 2011 también decidimos sumarnos al apoyo que brinda la Clínica San Borja a la Misión Caritas Felices, entidad que atiende a niños que han nacido con labio leporino. Dentro de esta iniciativa, ofrecimos nuestras instalaciones y el apoyo de nuestro personal para llevar a cabo un total de 203 operaciones.

También mantuvimos nuestro apoyo a dos instituciones emblemáticas de la sociedad: la Unidad de Salvataje de la Policía Nacional del Perú y el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú.



En el primer caso, desde hace más de siete años brindamos los implementos necesarios para que los más de ochocientos salvavidas de Lima y provincias puedan custodiar la vida de los ciudadanos durante el verano. En tanto, por segundo año consecutivo promovimos acciones de prevención de incendios y accidentes mediante la organización de seminarios, charlas y talleres dirigidos por personal experto de ambas instituciones.

Por otra parte, en el frente de promoción de una cultura de seguros, se creó el área de Asesoría en Gestión de Riesgos, responsable del Programa Riesgo Empresa, cuyo objetivo es empoderar al cliente en la gestión de sus riesgos (estratégico, financiero, operacional y accidental) y en el impacto en la continuidad de sus negocios al conocer mejor su estrategia operativa y los recursos expuestos. En este marco se lanzó la revista *Gestión del Riesgo*, que trata diversos aspectos de esta gestión con un enfoque práctico.

Pacífico Seguros también apoya a la Asociación Unámonos de Arequipa, que atiende a niños discapacitados de escasos recursos. Además de la donación dineraria, desde hace 26 años se organiza el Concurso Nacional de Pintura Jaime Rey de Castro, que promueve el uso de la técnica de la acuarela y, a la vez, permite a la asociación obtener fondos para su sostenimiento a través de la venta o el uso de los derechos sobre las pinturas.

Asimismo, a través de un convenio con el Instituto Peruano del Deporte (IPD), continuamos patrocinando a dos destacados atletas peruanos: John Cusi y Edmundo Torres, quienes reciben un aporte económico mensual para costear su entrenamiento y preparación física.



Administración, y Gestión y Desarrollo Humano

Administración

En 2011, acompañamos el crecimiento de nuestra organización y garantizamos un servicio oportuno y de calidad en lo que se refiere a los siguientes frentes: Infraestructura, Compras y Servicios Generales.

Garantizamos un servicio oportuno y de calidad.

Infraestructura

Durante 2011 remodelamos 8,000 m² de nuestra infraestructura para que alcance estándares internacionales. Estos nuevos espacios se caracterizan por su buena iluminación y por promover la comunicación y el trabajo en equipo entre nuestros colaboradores, así como por prevenir los riesgos ergonómicos y ocupacionales.

Un acápite aparte merece la revalidación de nuestra certificación en Seguridad, Salud y Medio Ambiente con una calificación de 97.0% sobre 100.0%.

Compras

En un año en el que hemos cambiado de imagen, la gestión en compras ha sido clave en Administración, pues es un frente abocado a buscar la mejor relación costo-beneficio para Pacífico Seguros, que gestionó aproximadamente 3,300 órdenes de compras con eficiencia, transparencia y efectividad.

Servicios Generales

El crecimiento del negocio, con un volumen de casi un millón de documentos al año, nos obliga a ser eficientes en el manejo de la mensajería: es preciso garantizar la entrega de nuestros documentos en el plazo establecido, con los estándares que una industria como la aseguradora exige.

En ese sentido, durante 2011 iniciamos un proyecto destinado a mejorar los procesos de envío de documentos a nuestros clientes.



Gestión y Desarrollo Humano

Gestión del Talento

Pacífico Seguros cuenta con un Modelo de Gestión del Talento que refuerza nuestros planes de desarrollo a través de capacitaciones enfocadas en el desarrollo del liderazgo, además de una adecuada estructura de compensaciones y beneficios que busca consolidar nuestra oferta de valor como empresa, en reconocimiento al aporte destacado y diferenciado de los colaboradores que van formando parte del mundo de la Gestión del Talento.

Como soporte del negocio, durante el año ingresaron 426 colaboradores a través del programa de practicantes. Igualmente, aprovechamos nuestra presencia y contacto permanente con las principales universidades del medio, que refuerzan nuestra marca como empleador.

Gestión del Desempeño e Incentivos

Durante 2011 se consolidó la Gestión del Desempeño, que definió los indicadores vinculados a los objetivos de la compañía, del área y de los colaboradores. A través de un aplicativo web se administran las planillas de desempeño, en las que el gerente y el subordinado trazaron, en conjunto, sus metas y objetivos, lo que permite apreciar en tiempo real el desempeño.

De otro lado, nuestro sistema de incentivos está basado en los resultados obtenidos por los colaboradores, de acuerdo con las bandas salariales definidas en la organización.

Capacitación

El objetivo del año 2011 fue desarrollar una estructura de capacitación integrada y dirigida a todos los niveles y necesidades de la organización. En este caso, el entrenamiento en calidad y productividad fue intensivo, obligatorio y cíclico. Los resultados fueron muy satisfactorios: se obtuvieron 41 certificaciones de seguros AICPCU y cinco certificaciones LOMA.

Asimismo, contamos con capacitaciones específicas, tales como *Train the Trainers*, Presentaciones Efectivas y Calidad de Servicio, que contribuyeron a elevar los estándares de calidad de servicio de los colaboradores y a facilitar la mejora en el desempeño individual mediante habilidades directivas.

El conocimiento de nuestra empresa y sus negocios es reconocido y premiado. De esto se trata el concurso *Desafío 2011*, la forma más dinámica y lúdica para conocer nuestra empresa, que contó con 72 equipos inscritos y llevó a los ganadores a un viaje a Cancún con todos los gastos incluidos.

Clima laboral y bienestar

Pacífico Seguros busca crear un buen ambiente laboral para sus trabajadores, para que se sientan motivados a la hora de cumplir con sus tareas. Durante 2011, al igual que en los años anteriores, efectuamos un estudio con la consultora Hay Group para conocer la percepción de nuestros colaboradores acerca del ambiente de trabajo, a fin de mejorar su calidad de vida y bienestar.

Según el estudio, el índice de satisfacción fue de 68.0%, el mismo resultado que el del año 2010.

Índice de satisfacción

	PPS	EPS	TOTAL
Año 2011	68.0%	69.0%	68.0%
Año 2010	68.0%	67.0%	68.0%
Año 2008	68.0%	66.0%	65.0%

Fuente: Hay Group.

Como parte de las campañas de bienestar, venimos desarrollando el programa *e-Day*, que busca que los colaboradores puedan trabajar, a través de una conexión remota, desde su casa. Asimismo, continuamos con la campaña de prevención, nutrición, ejercicios y convenios con todos los colaboradores, quienes pueden hacer extensivos estos beneficios a sus familiares.



Gestión de Procesos e Información

En 2011 contamos con un número mayor de colaboradores, lo que reflejó nuestro crecimiento como empresa.

Número de colaboradores

	2011			2010		
	PPS	EPS	Total	PPS	EPS	Total
Colaboradores	849	299	1148	799	252	1051
Practicantes	80	19	99	56	11	67

Fuente: Área de Gestión y Desarrollo Humano (al 30 de noviembre de 2011).

datos generales de nuestra compañía

Pacífico Seguros se constituyó oficialmente el 4 de setiembre de 1992, luego de la fusión de El Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros con la Compañía de Seguros y Reaseguros Peruano Suiza S.A., e inició sus actividades el 1 de octubre de 1992.

Nuestra compañía se encuentra inscrita en la Partida Electrónica N° 02005506 del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° IX-Sede Lima. Su plazo de duración es indefinido y su domicilio social es Av. Juan de Arona 830, distrito de San Isidro, en la ciudad de Lima. Su número de teléfono es el 518-4000 y su número de fax el 518-4090.

El objeto de la compañía es suscribir contratos de seguro y realizar operaciones de coaseguro y reaseguro en todos los riesgos, con excepción de los seguros de vida, además de llevar

a cabo todas las operaciones o actos relacionados con el objeto social que coadyuven a la realización de sus fines. Su objeto social corresponde al grupo 66036 de actividad económica, de acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (C.I.I.U.).

Al 31 de diciembre de 2011, el capital social de nuestra compañía, inscrito en los Registros Públicos, asciende a la suma de S/. 446'185,540, representado por 44'618,554 acciones comunes de un valor nominal de S/. 10.00 nuevos soles cada una, de las cuales el 33.39% está en poder de inversionistas nacionales y el 66.61% en poder de inversionistas extranjeros, domiciliados y no domiciliados.

El 100.0% de las acciones de Pacífico Seguros dan derecho a voto, y su propiedad se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Tenencia	Accionistas	Participación
Menor al 1%	144	2.32%
Entre 1% y 5%	0	0.00%
Entre 5% y 10%	0	0.00%
Mayor al 10%	2	97.68%
Total	146	100.00%



Pacífico Seguros forma parte del Grupo Económico Credicorp Ltd. (Bermudas), conglomerado financiero que constituye el 66.24% de nuestro accionariado, mientras que el Grupo Crédito S.A. posee el 31.44% del capital social. El 2.32% del capital es propiedad de 144 accionistas minoritarios.

Pacífico Seguros es propietaria del 85.99% de las acciones de El Pacífico Vida Compañía de Seguros y Reaseguros (Pacífico Vida), empresa que inició sus operaciones el 1 de enero de 1997.

Asimismo, Pacífico Seguros es propietaria del 99.9% del capital de Pacífico S.A. En-

idad Prestadora de Salud (Pacífico Salud EPS), empresa que tiene por objeto prestar servicios de atención para la salud dentro del marco de la Ley N° 26790, Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud. Pacífico Salud EPS inició sus operaciones en agosto de 1999.

Cotización de las acciones en la Bolsa de Valores

El Pacífico Peruano Suiza Cía. de Seguros y Reaseguros Renta variable

			Cotizaciones 2011				
Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	Apertura S/.	Cierre S/.	Máxima S/.	Mínima S/.	Precio promedio S/.
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-01	28.00	29.00	29.00	26.23	26.70
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-02	30.00	27.00	30.00	27.00	28.24
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-03	27.00	26.00	27.00	26.00	26.79
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-04	26.00	25.50	26.00	25.00	25.69
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-05	25.50	25.50	25.50	25.50	25.50
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-06	25.50	25.50	25.50	25.50	25.50
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-07					
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-08	25.50	25.50	25.50	25.50	25.50
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-09					
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-10					
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-11	25.50	25.50	25.50	25.50	25.50
PEP669001005	PSUIZAC1	2011-12					25.50

El valor contable de la acción al 31 de diciembre de 2011 es de S/. 21.99.



entorno jurídico

Normas emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

Entre las normas más importantes emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones (SBS) durante el presente año, merecen comentarse las siguientes:

Resolución SBS N° 0510-2011 de fecha 19 de enero de 2011, publicada el 22 de enero del mismo año, que, en su artículo segundo, fijó las tasas de contribución para las compañías de seguros correspondientes al año 2011 en los montos siguientes: a) para las empresas que operan solo en ramos generales, una tasa de contribución de 1.65%, que se aplicará en proporción a las primas retenidas del trimestre anterior al período de pago; b) para las empresas que operan en ramos de vida, una tasa de contribución de 1/16 del 1.0%, que se aplicará en proporción al promedio trimestral de los Activos y Créditos Contingentes que registren las empresas de seguros de vida. El plazo para realizar los pagos es de diez días calendario desde su requerimiento por la SBS.

Resolución SBS N° 0511-2011 de fecha 19 de enero de 2011, publicada el 22 de enero del mismo año, que fijó en S/. 7,045 el monto por contribución correspondiente al año 2011 de los Representantes Autorizados de Empresas del Exterior. El plazo para realizar el pago de diez días calendario desde que este es requerido por la SBS.

Resolución SBS N° 0917-2011 de fecha 24 de enero de 2011, publicada el 26 de enero del mismo año, mediante la cual se fija la contribución para el año 2011 a Intermediarios y Auxiliares de Seguros—Personas Jurídicas y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.

Resolución SBS N° 1797-2011 de fecha 10 de febrero de 2011, publicada el 12 de febrero del mismo año, por la cual se aprobó el Reglamento del Registro de Intermediarios y Auxiliares de Seguros y sus respectivos anexos, que forman parte integrante de la resolución y que resultan aplicables a las empresas de reaseguros extranjeras, a los intermediarios de seguros, a los auxiliares de seguros y a las empresas de seguros en lo que corresponda. Este Reglamento cuenta con 38 artículos, 5 disposiciones transitorias y VI Anexos. La resolución, igualmente, modifica el Texto Único de Procedimientos Adminis-

trativos de la SBS (TUPA) aprobado mediante Resolución SBS N° 131-2002 y el Reglamento de Sanciones aprobado por la Resolución SBS N° 816-2005 y sus modificatorias.

Resolución SBS N° 2108-2011 de fecha 16 de febrero de 2011, publicada el 17 de febrero del mismo año, que incorpora a los corredores de seguros como sujetos obligados a proporcionar la información a que se refiere el artículo 3° de la Ley N° 27693 y sus modificatorias, conforme a lo dispuesto en el artículo 3° de la Ley N° 29038, en los términos señalados en las Normas Complementarias para la Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo, aprobadas por la Resolución SBS N° 838-2008 y sus modificatorias. Igualmente, la norma modifica varios artículos de las Normas Complementarias para la Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo, aprobadas por la Resolución SBS N° 838-2008 y sus modificatorias; y define una “cuenta básica” como aquella cuenta de depósito que las empresas del sistema financiero autorizadas a captar depósitos del público ponen a disposición de personas naturales, y que cumple con todas las características que dicha norma señala. Lo resalante de la norma es que, si bien incorpora

a los corredores de seguros como sujetos obligados a informar, en la primera disposición final y transitoria suspende su aplicación hasta la dación de un Anexo de las Normas Complementarias antes mencionadas.

Resolución SBS N° 2740-2011 de fecha 25 de febrero de 2011, publicada el 28 de febrero del mismo año, mediante la cual se establecen disposiciones relativas al tratamiento contable de la participación de los trabajadores en las utilidades y se modifican el Manual de Contabilidad para las Empresas del Sistema Financiero, el Manual de Contabilidad para las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, el Plan de Cuentas para Empresas del Sistema Asegurador y el Manual de Contabilidad para las Cooperativas de Ahorro y Crédito no autorizadas a Operar con Recursos del Público, así como las normas de carácter contable aplicables a los Almacenes Generales de Depósito, ETF y Etcán respecto a la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas.

Resolución SBS N° 2742-2011 de fecha 25 de febrero de 2011, publicada el 28 de febrero del mismo año, y vigente a partir de la fecha en que corresponda remitir la información del mes de febrero de 2011, que modifica el

Reglamento de Clasificación y Valorización de las Inversiones de las Empresas de Seguros, el Plan de Cuentas para las Empresas del Sistema Asegurador y el Anexo N° 1 “Patrimonio Efectivo” del Reglamento de requerimientos patrimoniales de las empresas de seguros.

Resolución SBS N° 3082-2011 de fecha 11 de marzo de 2011, publicada el 16 de marzo del mismo año y vigente a partir del día siguiente, que aprobó el Texto Único de Procedimientos Administrativos de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, que contiene los procedimientos administrativos cuyos textos se anexan a la Resolución y se publican conforme a lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 004-2008-PCM, reglamento de la Ley N° 29091 (portal institucional: www.sbs.gob.pe) y deroga al anterior TUPA aprobado mediante Resolución SBS N° 131-2002 y sus modificatorias.

Resolución SBS N° 3091-2011 de fecha 15 de marzo de 2011, publicada el 18 de marzo del mismo año, que modifica el Reglamento de Infracciones y Sanciones en materia de lavado de activos y de financiamiento del terrorismo aplicable a los sujetos obligados a informar que no cuentan con organismo supervisor, que establece, entre otros aspectos, el pro-

cedimiento para la imposición de sanciones y tipifica las infracciones que configuran el incumplimiento de las obligaciones en materia de prevención de lavado de activos y de financiamiento del terrorismo aprobado por Resolución SBS N° 1782-2007 y el Anexo I del Reglamento de Sanciones aprobado mediante Resolución SBS N° 816-2005.

Resolución SBS N° 3780-2011 de fecha 31 de marzo de 2011, publicada el 2 de abril del mismo año, por medio de la cual se aprobó el Reglamento de Gestión de Riesgo de Crédito, cuyos capítulos I (Disposiciones Generales) y III (Gestión de Riesgo de Crédito) se aplican a las compañías de seguros.

Resolución SBS N° 6599-2011 de fecha 3 de junio de 2011, publicada el 5 de junio del mismo año, mediante la cual se aprobó el Reglamento de Deuda Subordinada aplicable a las Empresas de Seguros para establecer las características, requisitos y modalidades de la deuda subordinada para que sea considerada en el patrimonio efectivo de las empresas del sistema de seguros destinado a cubrir las operaciones de seguros o reaseguros en los términos establecidos en el artículo 233° de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros, modificada por el Decreto Legislativo N° 1028.

Resolución SBS N° 8421-2011 de fecha 20 de julio de 2011, publicada el 23 de julio del mismo año, que modifica determinados artículos del Reglamento para la Constitución de las Reservas Matemáticas de los Seguros de Rentas Vitalicias sobre la base del Calce entre las Operaciones Activas y Pasivas de las Empresas de Seguros, aprobado por Resolución SBS N° 0562-2002.

Resolución SBS N° 8754-2011, de fecha 3 de agosto de 2011, publicada el 5 de agosto del mismo año, que modifica el Reglamento de la Gestión Integral de Riesgos, aprobado mediante Resolución SBS N° 37-2008, para incorporar la función de cumplimiento normativo como una figura independiente de la Unidad de Auditoría Interna y de las actividades de negocio de la empresa, que tiene por finalidad incluir como parte de la Gestión Integral de Riesgos el monitoreo y la evaluación del adecuado cumplimiento de la normativa vigente.

Resolución SBS N° 10839 de fecha 3 de agosto de 2011, publicada el 26 de octubre del mismo año. Mediante esta norma se han establecido criterios uniformes para la preparación de los estados de cuenta por operaciones de reaseguros y de coaseguros tendientes a mejorar la valuación de las cuen-

tas por cobrar y por pagar a reaseguradores y coaseguradores. Se busca con esta norma una mayor transparencia de las operaciones, así como mejorar el sustento de los saldos registrados en los estados financieros de las empresas para acreditar la calidad de dichos activos y pasivos.

Procesos Legales

Pacífico Seguros es parte de algunos procesos civiles en los que interviene como demandante o demandada por razones propias de su actividad económica.

Como demandada, los procesos judiciales se refieren, fundamentalmente, a reclamos derivados de las Pólizas de Seguro de Responsabilidad Civil. Como demandante, las acciones legales interpuestas se refieren al cobro de primas a asegurados deudores, pago de renta por contratos de arrendamiento y las derivadas de las acciones de recupero a terceros por indemnizaciones pagadas a nuestros asegurados, principalmente en las pólizas de Automóviles y Transportes.

Los montos implicados en los referidos procesos no significan una contingencia importante para la compañía, por lo que ninguno de ellos podría afectarla significativamente.

gobierno corporativo

Directorio y administración interna

En cumplimiento de nuestras atribuciones y responsabilidades, el Directorio de Pacífico Seguros cuenta con diversos comités especiales para la mejor administración de la compañía:

- Comité de Auditoría Corporativo de Credicorp Ltd.
- Comité de Gestión Integral de Riesgos

En el ámbito gerencial, se cuenta con comités de administración, lo que constituye una práctica de Buen Gobierno Corporativo en Pacífico Seguros:

- Comité de Coordinación
- Comité de Riesgos de Mercado
- Comité de Inversiones

Sistema de Denuncias

Se continúa con el despliegue del uso del Sistema de Denuncias, a través del cual los colaboradores de Pacífico Seguros y terceras personas pueden denunciar anónimamente cualquier irregularidad, en línea con la política corporativa establecida por Credicorp Ltd.

Cumplimiento Sarbanes Oxley Act (Ley Sarbanes Oxley)

En el ejercicio 2010, la compañía cumplió con el reto de obtener la certificación de la Ley Sarbanes-Oxley referida al cumplimiento de estándares internacionales en la presentación, divulgación y controles internos para la elaboración de sus informes financieros.

Informe Principios de Buen Gobierno Corporativo

El Buen Gobierno Corporativo es y seguirá siendo un sistema sustancial que actúa sobre las sociedades con el objetivo de respaldar una atmósfera de credibilidad y transparencia. Para Pacífico Seguros es indispensable cumplir permanentemente las políticas de un Buen Gobierno Corporativo y de Responsabilidad Social. Para ello, contamos con normas recopiladas en el Reglamento Interno y en la Memoria Anual de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social. Pacífico Seguros, en su calidad de prestador de respaldo económico a sus asegurados ante eventualidades inesperadas y como herramienta de transfe-

rencia de riesgos, pone especial énfasis en su responsabilidad, no solo con sus clientes sino también con la comunidad en su conjunto, sus proveedores, colaboradores y accionistas.

Como práctica adoptada a partir del año 2005, Pacífico Seguros continúa mejorando la calidad de su información de acuerdo con lo solicitado por la Resolución Conasev N° 140-2005/EF. De este modo, los inversionistas cuentan con la información necesaria respecto al grado de implementación de las mejores prácticas de Gobierno Corporativo.

Auditoría Interna

Durante el año 2011 ejecutamos una serie de actividades para introducir las mejores prácticas internacionales en el sistema de Control Interno de Pacífico Seguros. La División de Auditoría Interna de Pacífico Seguros, alineada con las políticas y metodología corporativa de Credicorp Ltd., modificó y actualizó el Manual de Metodología de Auditoría Interna e introdujo los nuevos conceptos y principios acordados por el Marco para la Práctica Profesional de Auditoría Interna del Instituto de Auditores Internos de los Estados Unidos (IIA por sus siglas en inglés), ente rector de la profesión a nivel global. Asimismo, para consolidar el alineamiento y la difusión de

la metodología, así como para asegurar el mejoramiento y la capacitación continua, el Gerente de la División de Auditoría Interna participa en el Comité de Auditores Internos de Credicorp, que reúne periódicamente a los gerentes y jefes de las unidades de Auditoría Interna de todas las subsidiarias.

Por otro lado, creamos una nueva unidad: Aseguramiento de la Calidad, con el objetivo de certificar que los cambios y mejoras realizados en el proceso de control interno sean consistentes y dinámicos en el tiempo.

Finalmente, durante el año 2011 pusimos particular énfasis en incrementar el número de horas y la calidad de la capacitación del equipo de Auditoría Interna. Gracias a ello, obtuvimos certificaciones internacionales en los campos de auditoría interna (Certified Information System Auditor-CISA, Certified in Risk and Information Systems Control-CRISC) y gobierno de tecnología de información (CobiT-F).

Cumplimiento

Contamos con una Unidad de Asesoría Descentralizada de Cumplimiento, que reporta directamente al Oficial de Cumplimiento Corporativo de Credicorp, específicamente para temas de lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Durante 2011, esta unidad continuó la difusión, en Pacífico Seguros, de una cultura de cumplimiento y prácticas de prevención del lavado de activos.

Seguimos esforzándonos por mantener una cultura de prevención antilavado. Así, la Unidad de Asesoría Descentralizada de Cumplimiento, en coordinación con el área de Gestión y Desarrollo Humano, realizó también los cursos virtuales de prevención de lavado de activos para todos los colaboradores de la compañía.

Prevención del Fraude Externo

Pacífico Seguros tiene establecida una filosofía de excelencia en la atención de siniestros que busca cubrir las pérdidas de nuestros clientes en forma justa y oportuna, restituyéndolas a la misma situación en la que se encontraban antes del siniestro. Considerando que el impacto potencial de los fraudes en seguros es muy alto, desde el año 2008 actúa la División de Prevención de Fraudes, que realiza una investigación de manera profesional y objetiva para asegurar el cumplimiento de esta oferta de servicio.

capital social

El capital social de la compañía inscrito al 31 de diciembre de 2011 asciende a S/. 446'185,540, representado por 44'618,554 acciones comunes de valor nominal de S/. 10.00 cada una.

La Junta Obligatoria Anual de Accionistas celebrada el 24 de febrero de 2011 aprobó el aumento de capital por la suma de S/. 25'095,500 como consecuencia de la capitalización de las utilidades acumuladas, lo que generó la entrega a los señores accionistas de 2'509,550 acciones liberadas de un valor nominal de S/. 10.00 cada una. El porcentaje que recibieron fue de 6.896194% en acciones liberadas. Estas acciones otorgan los mismos derechos que los de las acciones comunes en circulación.

Aporte de capital en efectivo

La Junta Obligatoria Anual de Accionistas celebrada el día 24 de febrero de 2011 aprobó las reglas y procedimientos para la suscripción y pago de aportes en efectivo, aumento de capital y prima de suscripción hasta por la suma de S/. 150'000,000. Corresponde al capital social la suma de S/. 57'186,430 y a la prima de suscripción o capital adicional la suma de S/. 92'813,570.

El ratio de suscripción aplicable fue de 15.71%; ello significó que los accionistas recibieran el derecho a suscribir 0.1571 acciones por cada una que poseían.

El Valor Total de Suscripción fue de S/. 26.23 por acción, compuesto por el Valor Nominal de S/. 10.00 y el Valor de la Prima de Suscripción de S/. 16.23 por acción.

Las acciones se entregaron en nuestras oficinas a partir del día 22 de setiembre del año 2011.

política de **dividendos**

Esta política fue aprobada en la Junta General de Accionistas del 14 de marzo de 2001.

Así, se aprobó la modificación de la política de dividendos, según la cual la compañía anunciará y entregará, en circunstancias normales, un dividendo en efectivo no menor al 35.0% de las utilidades netas obtenidas en el ejercicio precedente. Sin embargo, el pago de los dividendos dependerá

de la situación general de los negocios, de los planes de desarrollo y expansión de la empresa, de su situación financiera en forma individual y de la situación financiera consolidada con sus subsidiarias.

principales oficinas en lima y provincias

Oficina principal

Av. Juan de Arona 830 San Isidro, Lima
Casilla Postal N° 595 Lima 27
Tel: 518-4000
Fax: 518-4090
www.pacificoseguros.com

Oficinas de provincias

Trujillo

Augusto De Rutte Moyano
Av. España 240, oficinas 101 y 102
Tel: (044) 23-5041
Fax: (044) 29-2848
Cel: (044) 999 927 289
RPM: #552358
Email: aderutte@pacifico.com.pe

Chiclayo

Roberto Palma Balarezo
San José 857, Chiclayo
Tel: (074) 23-3961 / 22-7724
Fax: (074) 22-4683
Cel: (074) 979 902 191
Desde Lima 518-4000, anexo 2115
RPM: #551861
Email: rpalma@pacifico.com.pe

Piura

Sergio Pestana López-Alfaro
Calle Libertad 657, Cercado
Tel: (073) 30-1885
Cel: (073) 990 310 897
RPM: #313458
Telefax: (073) 32-7811
Email: spestana@pacifico.com.pe

Cajamarca

Javier Enrique Ascurra Fernández
Av. Mario Urteaga 657, Cajamarca
Tel: (076) 36-2267
Telefax: (076) 36-4584
Cel: 976 498 096
RPM: #540403
Email: jascurra@pacifico.com.pe

Chimbote

Luis Alberto Alfaro Goicochea
Francisco Bolognesi 504, Chimbote
Tel: (043) 32-1921
Telefax: (043) 32-5671
Cel: 999 041 251
RPM: #569327
Email: lualfaro@pacifico.com.pe

Huaraz

Luis Alberto Alfaro Goicochea
Av. Mariscal Luzuriaga 1054, Plazuela Belén,
Huaraz
Tel: (043) 42-5831
Telefax: (043) 42-5831
Cel: 999 041 251
RPM: #569327
Email: lualfaro@pacifico.com.pe

Iquitos

María Angélica Anderson Hurtado
Yavarí 363, Of. 4, Edificio El Dorado
Tel: (065) 23-5341
Fax: (065) 23-6539
Cel: 965 602 395
RPM: #623392
Email: manderson@pacifico.com.pe

Chincha

Milagritos del Carmen Aguayo Mendoza
Jr. Lima 278, Chincha
Tel: (056) 26-7354
Telefax: (056) 26-3091
Cel: 956 594 146
RPM: #712857
Email: maguayo@pacifico.com.pe

Huancayo

Eduardo Basurto Araki
Paseo La Breña 125-133, piso 2, of. 202 y 203
Tel: (064) 22-4409
Telefax: (064) 22-5549
Cel: 942 105 558
Email: ebasurto@pacifico.com.pe

Arequipa

Pablo Ernesto Márquez-Mares Manrique
Av. Bolognesi 301, Yanahuara
Tel: (054) 25-5858 / 25-2235 / 25-2283 / 25-2285
Fax: (054) 25-2221
Cel: 999 093 154
RPM: #551862
Desde Lima: 518-4000, anexo 2208
Email: pmarquez@pacifico.com.pe

Cusco

Alex Kalinowski Barclay
Urb. Mariscal Gamarra 1-D, 1ra. Etapa,
Cercado, Cusco
Tel: (084) 22-8512
Fax: (084) 26-3148
Isabel RPM: *290092
Dorian RPM: *795546
Email: akalinowski@pacifico.com.pe

Ilo

Pedro Zuta Tafur E.I.R.L.
Jr. Zepita 411, Ilo
Tel: (053) 48-2762
Fax: (053) 48-3470
Casa: (053) 48-2351
Cel: 953 611 067
RPM: #558938
Email: pzuta@pacifico.com.pe

Puno

**Distribuciones y Servicios Múltiples
Virgen de Guadalupe E.I.R.L.
Dante Ayestas La Torre**
Jr. Moquegua 219, Puno
Tel: (051) 36-5638
Cel: 951 623 117
RPM: #558939
Email: dayestas@pacifico.com.pe

Tacna

Rolando Cáceres Picoaga Represent E.I.R.L.
Plaza Zela 975, Cercado
Tel: (052) 24-4241
Fax: (052) 42-8051
Casa: (052) 24-1754
Cel: 952 294 036
RPM: #558937
Email: rcaceres@pacifico.com.pe

Camaná

**Stenica S.A.
Gino Magagna Sicheri**
Sr. Valentín Valencia (administrador)
Av. Lima 661, Cercado
Tel: (054) 57-1477 / 57-1551
Telefax: (054) 57-1183
Cel: 954 375 385
RPM: #561889
RPC: 959 390 481
Email: gmagagna@stenica.com
vvalencia@stenica.com

Agencias exclusivas

Chacarilla

Representante: Fiorella Protto Corredores
de Seguros
Avenida Montegrande 113
Chacarilla del Estanque
Santiago de Surco
Tel: 372-7272 / 372-7274
Email: fprotto@fiorellaprotto.pe

Miraflores

Representante: César Bamonde G.
Avenida Larco 1150
Miraflores
Tel: 242-7788
Email: cbamondeg@pacifico.com.pe

© **El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros**

Avenida Juan de Arona 830
San Isidro, Lima 27, Perú
www.pacificoseguros.com

Desarrollo editorial y diseño

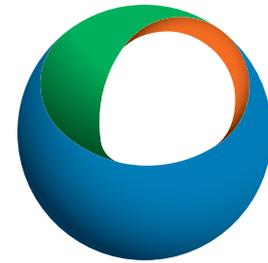
Solar

www.solar.com.pe

Primera edición

Febrero de 2012

Queda prohibida la reproducción total o parcial del presente documento sin autorización expresa de El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros



pacífico
seguros