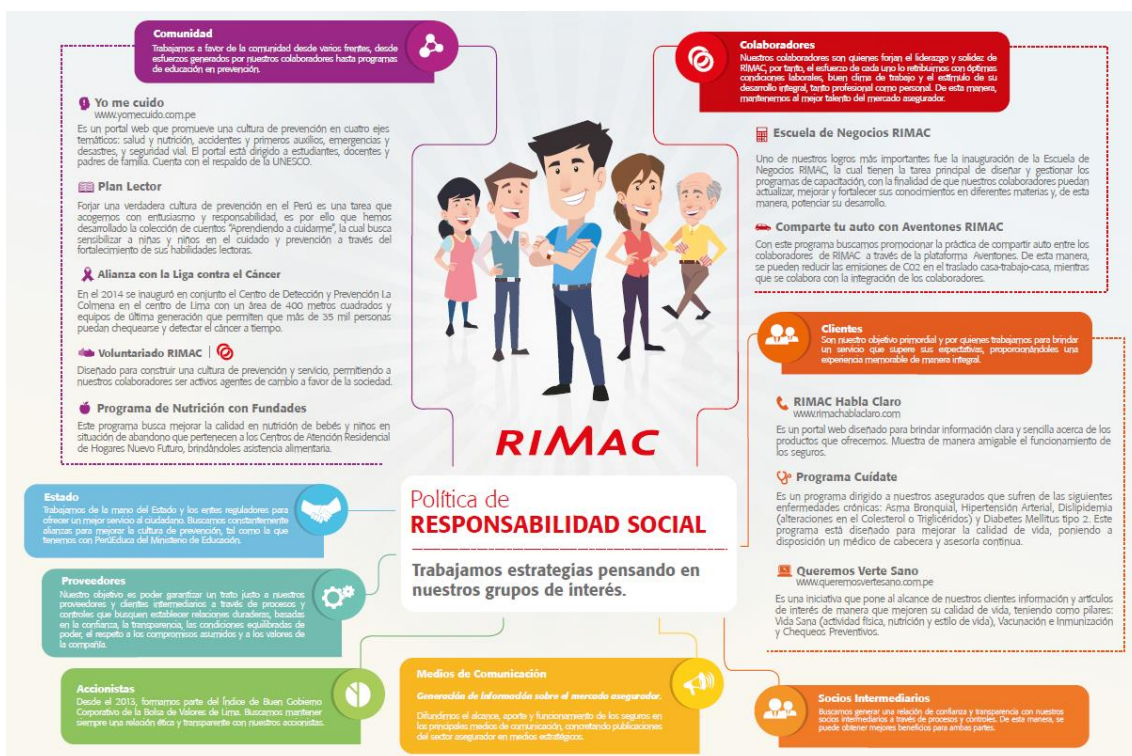


## OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS

Nuestra gestión con cada grupo de interés es completamente integral, y es explicada de manera completa en el Reporte de Sostenibilidad correspondiente al periodo 2015, bajo la nueva guía G4 del *Global Reporting Initiative* (GRI). Esto nos convierte en la primera empresa peruana en reportar bajo esta nueva guía, reafirmando así nuestro compromiso con todos nuestros grupos de interés. A través de una gestión responsable, en RIMAC buscamos asegurar en el largo plazo la sostenibilidad de nuestro entorno y negocio. Este esfuerzo, nos ha valido el reconocimiento de “Empresa Ejemplar en América Latina”, con el respaldo de Perú2021, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la red Forum Empresa y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE). Además, hemos sido reconocidos como una de las empresas con mejores prácticas publicadas en el “Reporting Matters América Latina 2015”, gracias a nuestros sistemas, controles y procesos en toda la organización para administrar y supervisar los asuntos materiales.

### Relación con Nuestros grupos de interés



## **Relación con la Comunidad**

Una de las líneas de acción priorizadas por RIMAC es la Educación en Prevención, por ello contamos con un programa bandera denominado “Yo Me Cuido”, que busca generar una cultura de prevención en las nuevas generaciones peruanas para convertirlos en ciudadanos responsables en el futuro.

Este programa cuenta con diferentes canales de difusión, entre plataformas comunicacionales, el Programa Plan Lector y las alianzas realizadas con otras empresas para potenciar su difusión en el ámbito nacional.

### **1. Portal de Prevención “Yo me Cuido”**

El portal web “Yo me Cuido” ([www.yomecuido.com.pe](http://www.yomecuido.com.pe)) permite que estudiantes, docentes y padres de familia cuenten con material de calidad sobre temas de prevención en cuatro ejes temáticos: salud y nutrición, accidentes domésticos y primeros auxilios, emergencias y desastres naturales y seguridad vial.

Hemos innovado en los contenidos para proporcionar información de manera más amigable y directa a nuestros diferentes públicos. Entre estas innovaciones podemos mencionar la elaboración de boletines a cargo del especialista en educación Roberto Lerner.

### **2. Programa “Plan Lector”**

Como parte de la interiorización de actitudes fundamentales de una cultura de prevención y el desarrollo de habilidades propias de la comprensión lectora, nuestro programa “Plan Lector” impactó en la comunidad educativa a 29,869 alumnos, 1,757 docentes y 2,210 padres de familia, pertenecientes a 149 instituciones en Lima Metropolitana.

### **3. Colección de cuentos “Aprendiendo a Cuidarme”**

Concretamos el lanzamiento de tres cuentos más de la colección “Aprendiendo a Cuidarme”, la cual se enfoca en temas de prevención y reacción en caso de quemaduras domésticas. Con estas adiciones, nuestra colección incluye 18 cuentos.

Adicionalmente, este año desarrollamos junto a la empresa Santillana los cuentos “No juegos con la salud” y “Más vale prevenir”, cuyo objetivo es llegar a un público estudiantil mayor, entre 10 y 13 años. Las historias desarrolladas abordan temas en prevención de la salud y cultura del ahorro.

También logramos articular proyectos similares con las empresas Mediscience y Educared. Similar fue el caso con Samsung y LG, con quienes se trabajó una aplicación (App) para sus *Smart TV*, en la que se incluían las versiones animadas de los cuentos, canciones y otros contenidos sobre prevención para niños. Es importante acotar que la aplicación de RIMAC fue la más descargada de los televisores Samsung.

#### **4. Voluntariado RIMAC**

Se reunió a más de 754 participantes de diversas áreas de la compañía, quienes entregaron 2,797 horas de trabajo voluntario y beneficiaron a alrededor de 5,486 personas. Cabe resaltar que en el 2015 se lanzó el primer voluntariado “Banco de Sangre” de la empresa, para beneficiar a los colaboradores y sus familiares en caso necesiten donaciones de sangre. Este ha alcanzado al cierre de diciembre un total de 107 voluntarios activos en la red. Además, hemos lanzado las dos primeras “Campañas de Donación de Sangre” en la empresa, en alianza con el INEN y la Asociación Donantes de Felicidad, ha logrado beneficiar con más de 108 unidades de sangre a pacientes oncológicos del Instituto en mención.

#### **Relación con el Medio Ambiente**

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

##### **1. Compensamos las emisiones y protegemos el Bosque Alto Mayo**

En el 2015 medimos y compensamos el 100% de las emisiones de Gas de Efecto Invernadero - GEI que se haya podido generar por el uso de los materiales, proceso de fabricación y reparto de nuestras pólizas de seguros. Ello lo conseguimos a través de la adquisición de bonos de carbono del Proyecto REDD para la conservación del Bosque de Protección Alto Mayo.

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

## **2. Programa Carpooling RIMAC**

Continuamos con el programa de carpooling RIMAC, el cual permite a nuestros colaboradores compartir un auto o taxi entre ellos y así reducir las emisiones de CO2 en el trayecto de sus casas al trabajo y viceversa. Desde el lanzamiento del programa, 825 colaboradores fueron miembros activos de esta iniciativa, lo cual ha supuesto un ahorro de 2,723 kilogramos CO2, 1,975 litros de gas y más de 334 horas de convivencia.

## **3. Reciclaje de papel**

Contribuimos a la reducción de papel a través del acopio y donación de papel en todas nuestras oficinas de Lima Metropolitana, como parte del programa “Recíclame, Cumple tu Papel”, promovido por la empresa Kimberly Clark en favor de Aldeas Infantiles SOS, donde hemos ocupado el cuarto lugar en el ranking de donantes de dicha institución.

## **Medios de comunicación y líderes de opinión**

La gestión estratégica de la comunicación supone una planificación alineada a los objetivos del negocio. Por esa razón enfocamos el desarrollo de nuestros mensajes hacia los atributos más apreciados por nuestros grupos de interés: eficiencia, innovación, solidez y liderazgo.

Bajo estos lineamientos, la información que se generó sobre la compañía transmitió mensajes de servicio y contenidos utilitarios para espacios de alcance masivo en los medios de comunicación tradicional y, de igual manera, a través de las redes sociales (principalmente Twitter).

Según mediciones internas, RIMAC Seguros lideró en el 2015 la comunicación del sector, con 539 publicaciones (entre generadas y menciones) en diversos medios de comunicación (diarios, revistas, televisión, radios y páginas web). Esto representa el

36% del total de informaciones difundidas sobre nuestros competidores del mercado asegurador peruano.