

A person in a dark suit and light blue tie is pointing their right index finger towards the center of the image. The background is a dark blue with a network of white lines and dots, suggesting a digital or technological theme. Several circular icons are scattered around the person, each containing a white line-art symbol: a crown, an airplane, a car, a television, a house, and a bicycle. The overall aesthetic is professional and modern.

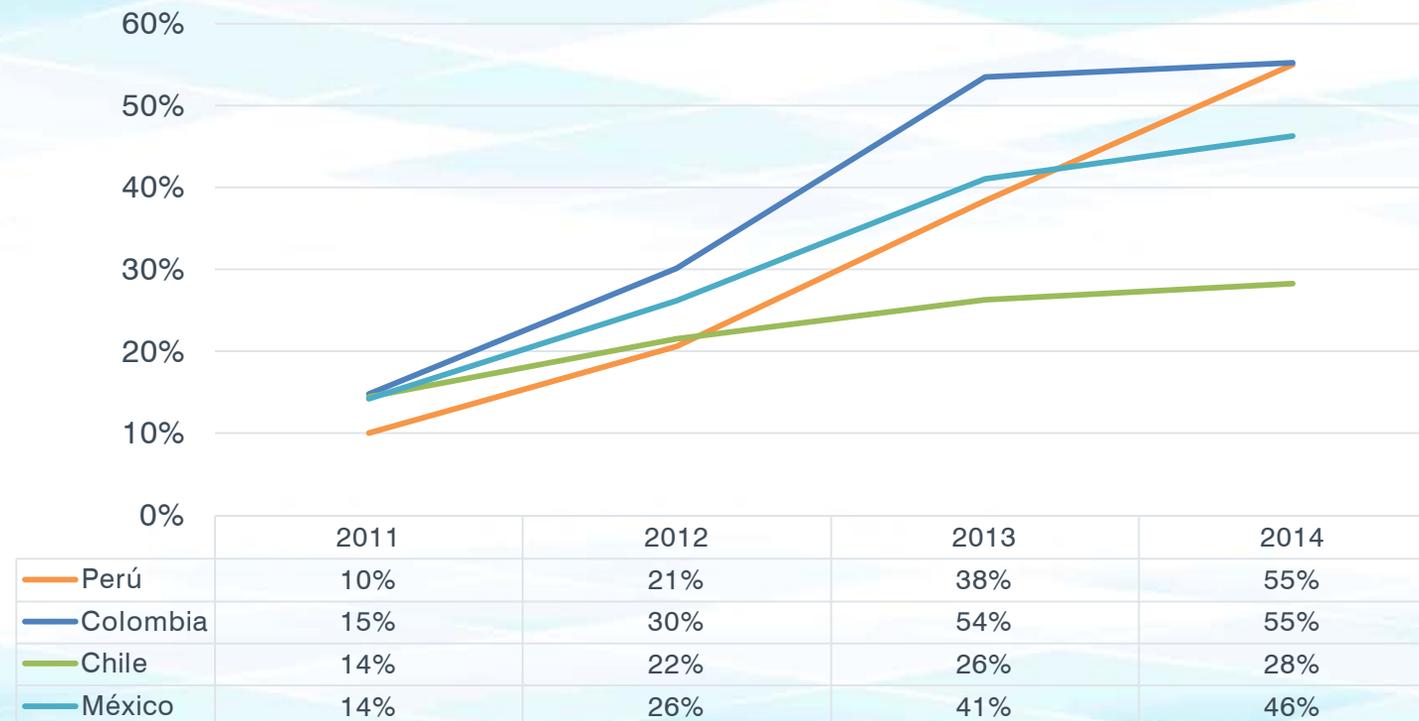
LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS Y SU MODERNIZACIÓN

The logo for Pacifico Seguros is located in the bottom left corner. It consists of a white, rounded shape containing a colorful circular icon with a blue, green, and orange gradient. Below the icon, the word "pacífico" is written in a bold, blue, sans-serif font, and the word "seguros" is written in a smaller, blue, sans-serif font below it.

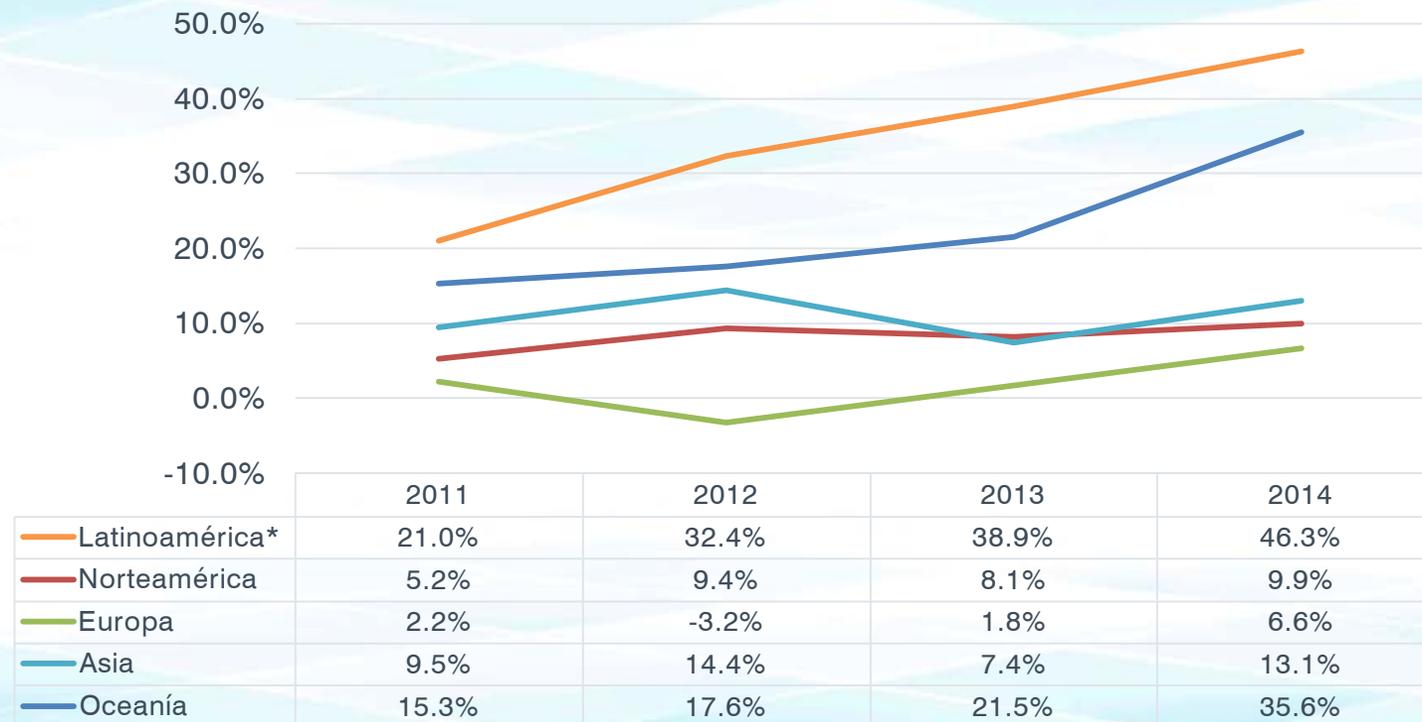
pacífico
seguros

EL MERCADO DE SEGUROS SE HA EXPANDIDO EN LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

TASAS DE CRECIMIENTO ACUMULADO DE PRIMAS ALIANZA PACÍFICO (2010 – 2014)
US\$ MM



Y AMÉRICA LATINA CONTINÚA SIENDO EL MERCADO ASEGURADOR DE MAYOR CRECIMIENTO A NIVEL MUNDIAL



* Latinoamérica incluye el Caribe

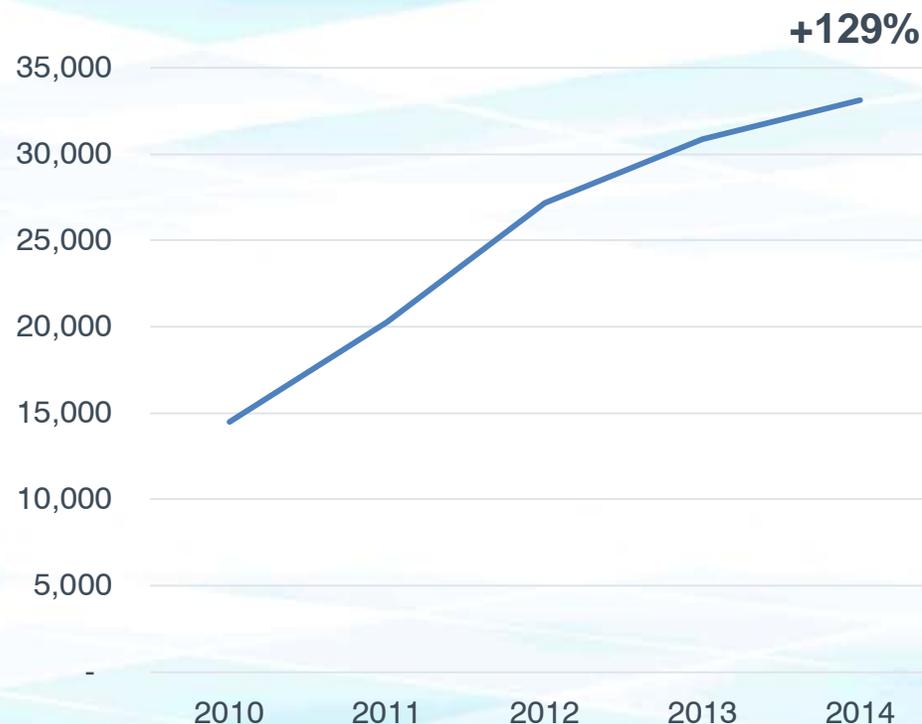
Fuente:
Sigma World Insurance Database

EL CRECIMIENTO ECONÓMICO ESTIMULA LA ACTIVIDAD ASEGURADORA

CRECIMIENTO DEL MERCADO DE SEGUROS DE AUTOS (2010 – 2014)
PERU - PRIMAS US\$



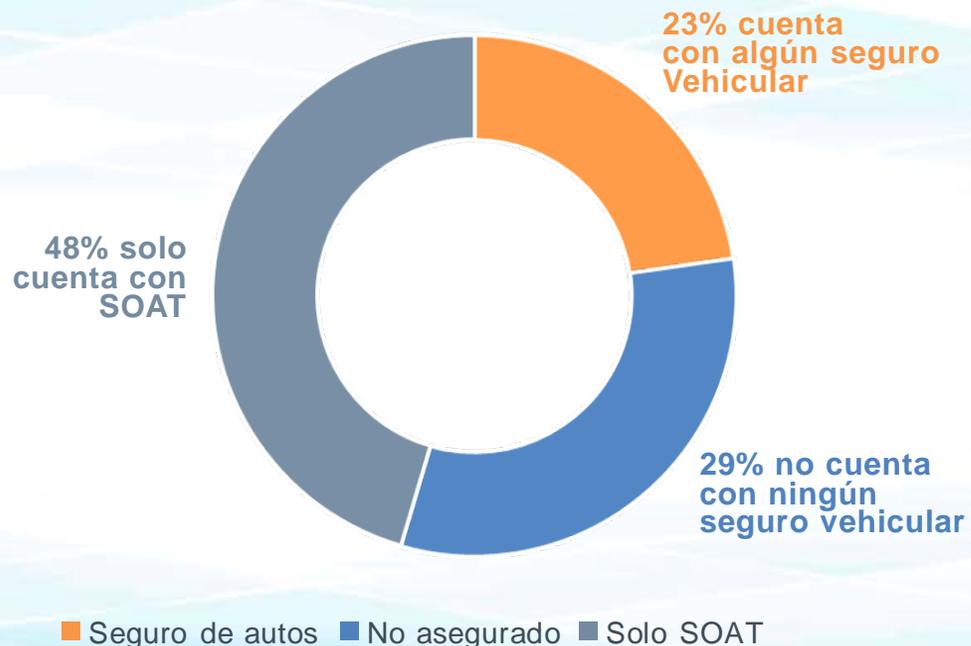
CRECIMIENTO DEL MERCADO DE SEGUROS DE HOGAR
PERÚ - PRIMAS US\$



Fuente: Reportes P&L planeamiento (Pacífico Seguros)

SIN EMBARGO, CASI TODOS LOS RAMOS ESTÁN LEJOS DE ALCANZAR SU POTENCIAL MÁXIMO

PENETRACIÓN DE SEGUROS DE AUTOS 2014 PARQUE AUTOMOTOR 2.2 MM UNIDADES

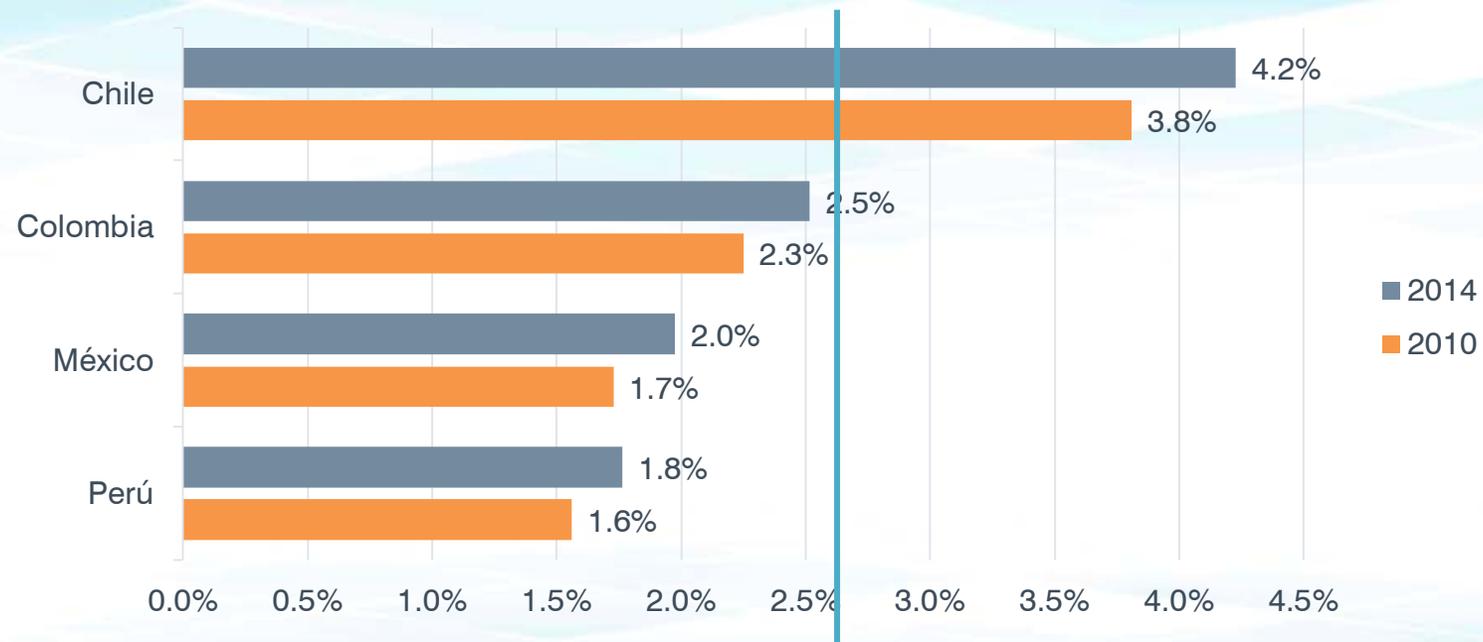


PENETRACIÓN DE SEGUROS DE HOGAR 2014 VIVIENDAS 7.6 MM



PESE A LOS AVANCES, EL GRADO DE PENETRACIÓN DE LOS SEGUROS EN ESTOS PAÍSES SIGUE SIENDO BAJO

PENETRACIÓN DE SEGUROS (2010 - 2014)
% PRIMAS / PBI



NORTEAMÉRICA
7.3% EN 2014



EUROPA
6.8% EN 2014

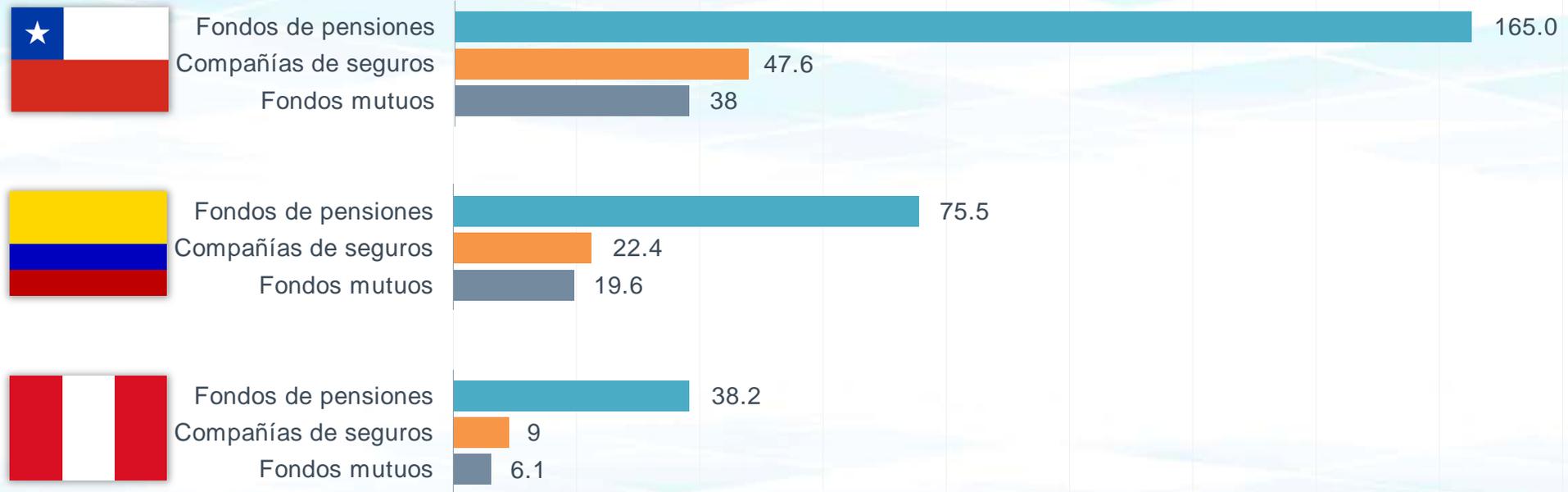
PROMEDIO ALIANZA PACIFICO
2.6% EN 2014

Fuentes:
Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)
Asociación de Aseguradores de Chile A.G (AACH)
Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF)
Superintendencia Financiera de Colombia

<http://www.cnsf.gob.mx/Difusion/Paginas/RevistaActualidadSegurosFianzas.aspx>
<http://portal.aach.cl/Estudios.aspx?M=1>
<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&Funcion=loadContenidoPublicacion&id=11089>

A MAYOR CRECIMIENTO, MAYOR EL FONDO DE INVERSIÓN DE LOS SEGUROS

MERCADO CAPITALES MILA US\$ MMM



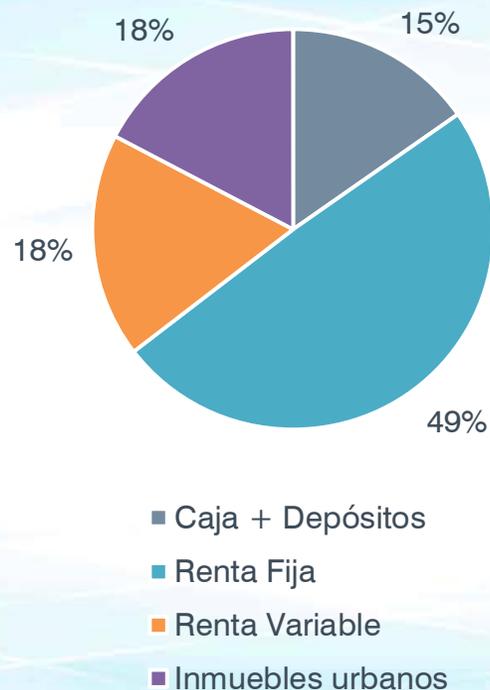
Fuentes:

Perú: SBS y SMV a febrero y marzo del 2015. Colombia: SFC a agosto del 2014. Chile: SVS a diciembre del 2014, septiembre 2014 (para compañías de seguros) y SAFP a diciembre 2014.

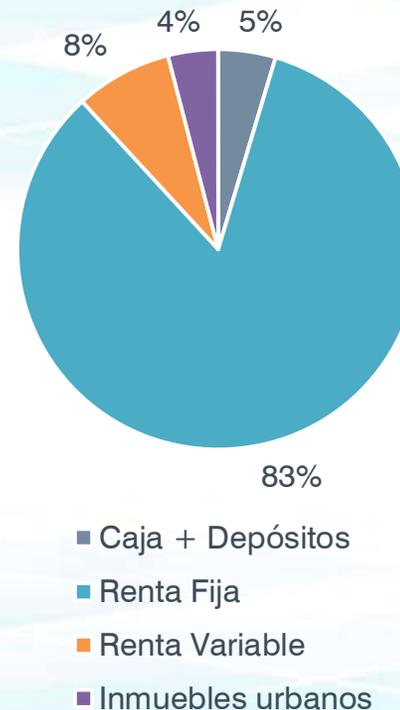
Por motivos de confidencialidad la lista no incluye la lista integral de los fondos familiares. Credicorp Capital

Y EL DESTINO DE ESTAS INVERSIONES PROMUEVE EL DESARROLLO DEL PAÍS Y EL BIENESTAR DEL CIUDADANO

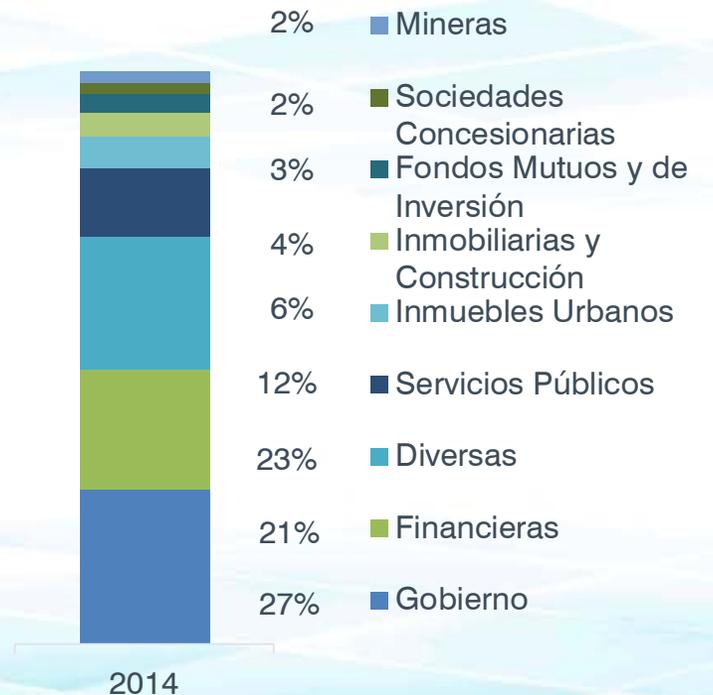
SEGUROS GENERALES 2014
S/. 2.9 MMM



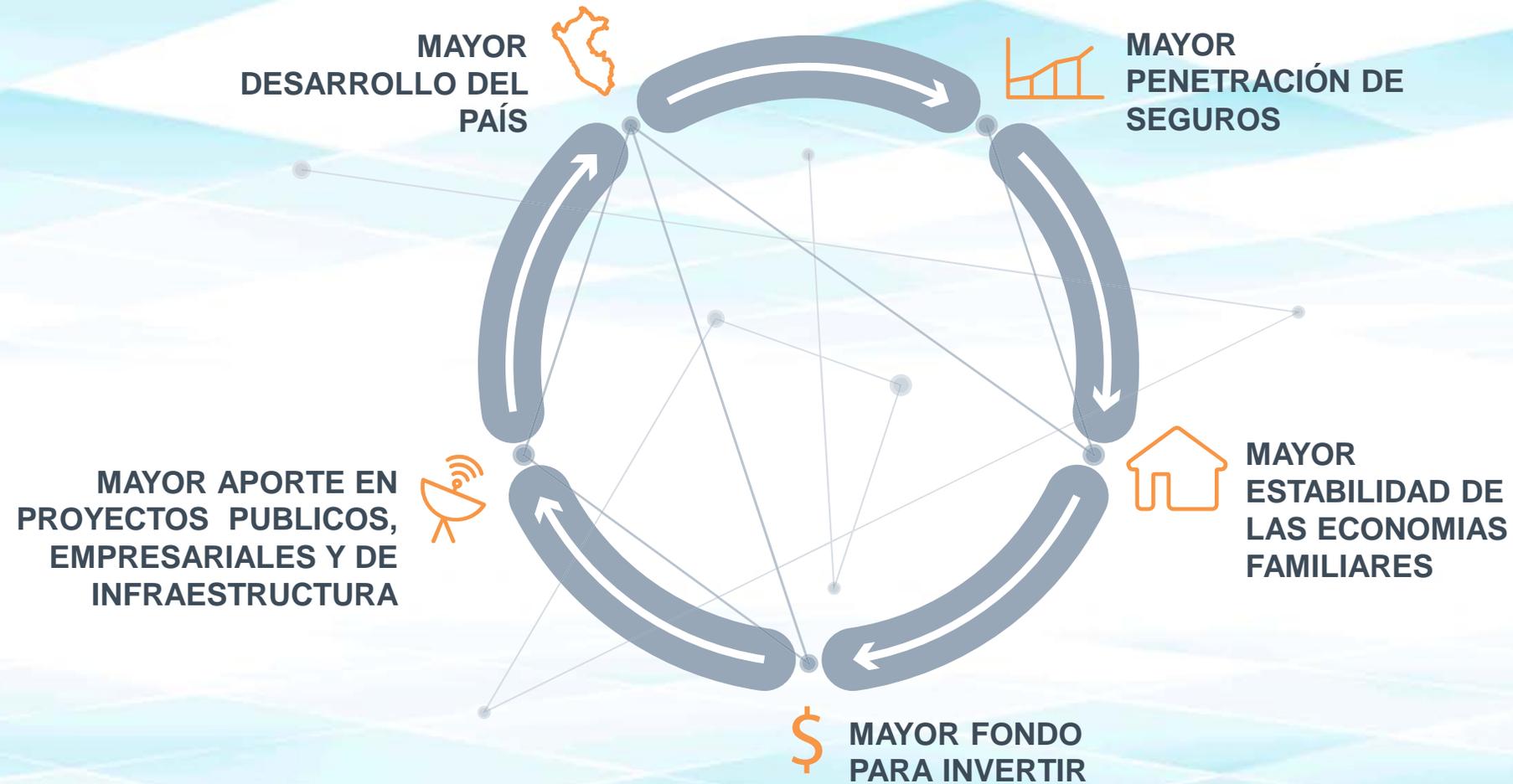
SEGUROS DE VIDA 2014
S/. 20.9 MMM



TOTAL INVERSIÓN POR SECTORES 2014



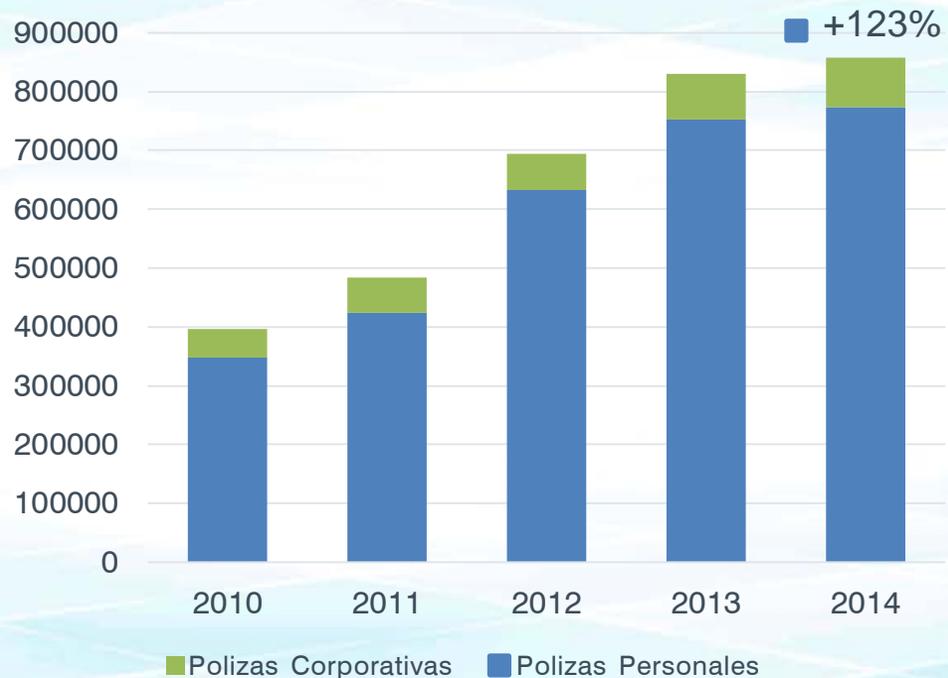
ASÍ, SE GENERA UN CÍRCULO VIRTUOSO



PARA ESTIMULAR EL CRECIMIENTO, EN LA INDUSTRIA VENIMOS TRABAJANDO EN LOS SIGUIENTES FRENTEROS

CRECIMIENTO MÁS “RETAIL” QUE “WHOLESALE”

PÓLIZAS PERSONALES VS CORPORATIVAS - PPS



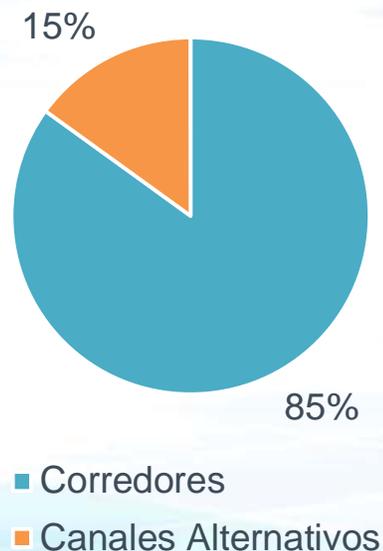
DESARROLLO DE PRODUCTOS ADECUADOS A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE



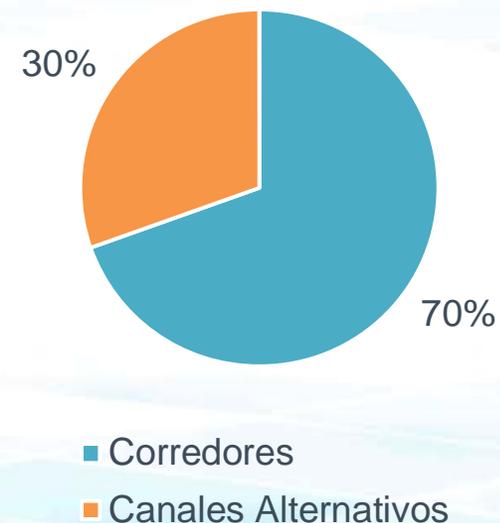
PARA ESTIMULAR EL CRECIMIENTO, EN LA INDUSTRIA VENIMOS TRABAJANDO EN LOS SIGUIENTES FRENTES

CATEGORÍA MÁS DIVERSIFICADA EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCIÓN CANALES 2010 - PACÍFICO SEGUROS GENERALES
PRIMA DIRECTA S/. 1,014 MM



DISTRIBUCIÓN CANALES 2014 – PACIFICO SEGUROS GENERALES
PRIMA DIRECTA S/.1,301 MM



PERO TENEMOS UNA GRAN
TAREA PENDIENTE

ESTIMULAR CULTURA DEL SEGURO EN LA POBLACIÓN.

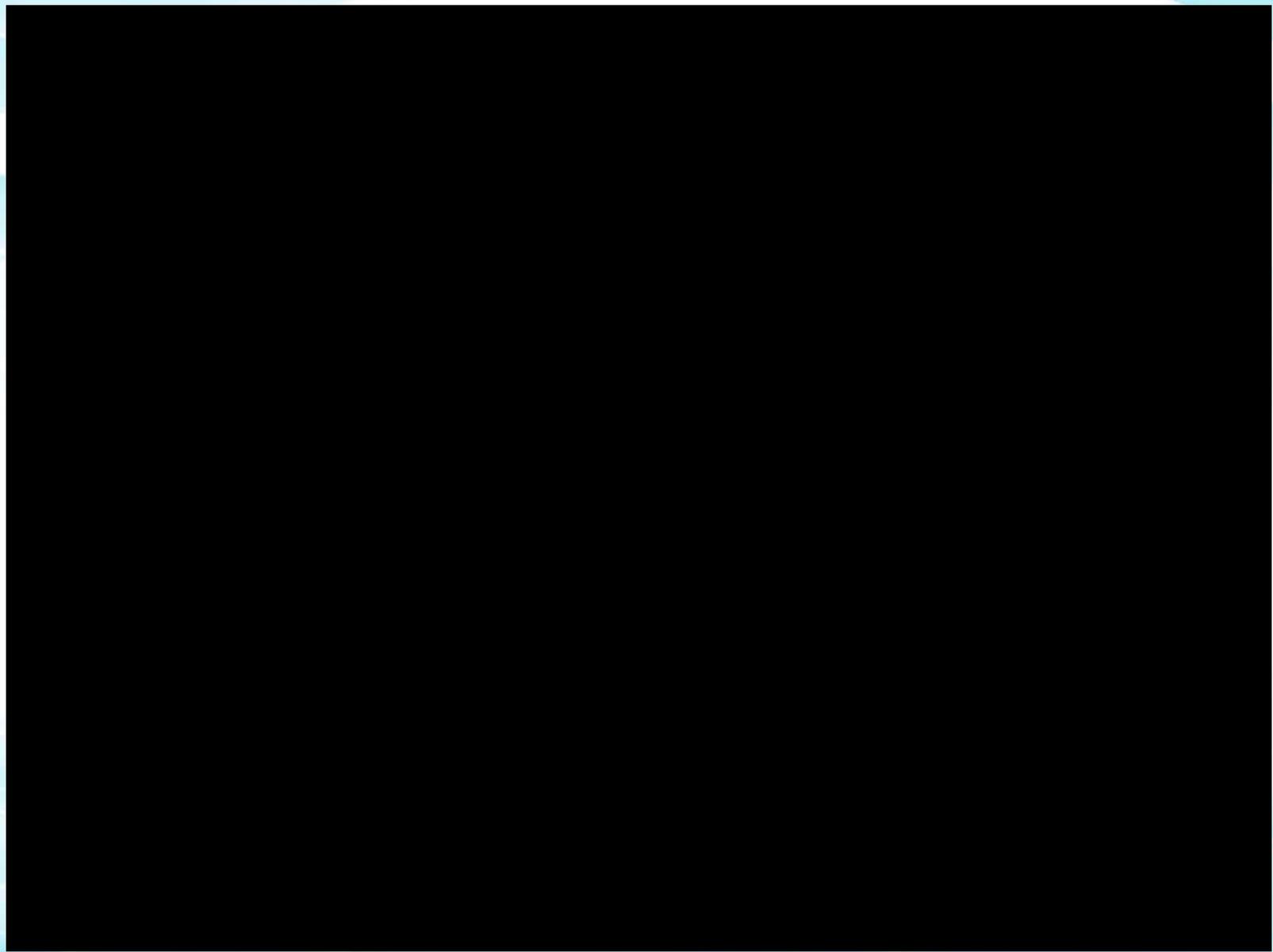
DESARROLLAR PROCESOS EFICIENTES QUE ACOMPAÑEN LA
EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

AVANZAR EN LA ADECUACIÓN HACIA SOLVENCIA II.

ELIMINAR BARRERAS DE REGULACIÓN
EN PRO DE LA MASIFICACIÓN.

INVERTIR EN TECNOLOGÍA QUE FOMENTE
LA PERSONALIZACIÓN.

FUTURO SEGURO



GRACIAS