



POLÍTICA DE INFORMACIÓN



Título I. Aspectos generales

Artículo 1.- Objeto, alcance y finalidad

2. La presente Política de Información (En adelante “La Política”) de APC CORPORACIÓN S.A. (en adelante, “La Sociedad”), tiene por objeto establecer los lineamientos generales relacionados con el tratamiento de la información que recibe y genera la Sociedad, producto de sus actividades.

Artículo 3.- Aprobación y modificación

4. El Directorio es responsable de la aprobación y/o modificación de la Política.
5. La Gerencia de Asuntos Corporativos de la Sociedad podrá sugerir al Directorio, sus propuestas de modificaciones a la Política.

Artículo 6.- Vigencia e interpretación de la Política

7. La Política entrará en vigor a partir de su aprobación por el Directorio
8. La Política tiene vigencia indefinida.

Artículo 9.- Publicación y difusión

10. La Política estará a disposición de todos los grupos de interés de la Sociedad, en su página web corporativa.
11. La Gerencia de Asuntos Corporativos será responsable de mantener actualizada la Política.

Artículo 12.- Alcance

13. El cumplimiento de la Política es obligatorio para todo el personal de la Sociedad.

Artículo 14.- Marco normativo

El presente reglamento ha sido elaborado teniendo en cuenta la siguiente normativa:

15. Ley 26887 - Ley General de Sociedades. Perú, 1997 (En adelante “La Ley”)
16. Principios de Gobierno Corporativo. OECD, 2015.
17. Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo. CAF, 2013.
18. Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas. SMV (Perú), 2013.
19. Metodología de Validación para el Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) de la Bolsa de Valores de Lima. BVL, 2015.
20. Código de Conducta, APC CORPORACIÓN S.A.

Título II. Directrices

Artículo 21.- Directrices

22. Transparencia y Objetividad:
La información que la empresa difunda debe ser clara, íntegra y correcta, de manera que no induzca a errores y/o genere conflictos a los grupos de interés.
23. Información continua y actualizada:
La sociedad deberá promover que la información a los grupos de interés sea permanente y sea lo más actualizada posible.
24. Igualdad de trato:
La sociedad deberá garantizar un trato igualitario a todos los grupos de interés, garantizando que todos tengan acceso a la información, teniendo en cuenta los criterios de confidencialidad que sean aplicables en cada caso.

Título III. Recepción, tratamiento y difusión de la información

Artículo 25.- Recepción de solicitudes de información

26. Toda solicitud de información que la Sociedad reciba por cualquiera de los canales disponibles, deberá ser derivada al área correspondiente, según lo indicado en la comunicación.
27. Si el destinatario de la solicitud no está claramente indicado, o se tienen dudas al respecto, esta deberá ser derivada a la Gerencia de Asuntos Corporativos.
28. Los canales de comunicación disponibles son:
 - a. Correo electrónico
 - b. Página web corporativa
 - c. Teléfono
 - d. Comunicación escrita
 - e. Visita presencial

Artículo 29.- Tratamiento de solicitudes de información

30. Una vez recibida la solicitud respectiva, el área encargada deberá evaluar si se trata de información confidencial y/o privilegiada, debiendo proceder de la siguiente manera:
 - a. De ser información confidencial y/o privilegiada, el área encargada, en coordinación con la Gerencia de Asuntos Corporativos, responderá al solicitante por la misma vía de la comunicación recibida, indicando que se trata de información confidencial y/o privilegiada que no puede ser revelada.
 - b. De no ser información confidencial y/o privilegiada, el área encargada, en coordinación con la Gerencia de Asuntos Corporativos, responderá al solicitante por la misma vía de la comunicación recibida, incluyendo la información solicitada.
31. Los plazos para responder no deberán ser mayores a cinco días hábiles, desde la fecha de recepción de la comunicación.
32. Respecto a la solicitud presentada por accionistas contemplada en el art. 130 de la Ley, se procederá de acuerdo a lo estipulado en el mencionado artículo.

Artículo 33.- Información confidencial y/o privilegiada

34. De acuerdo con el Código de Conducta de la Sociedad, se considera información confidencial a toda información relacionada al proceso productivo de la empresa.
35. También se considera confidencial a toda información de carácter económico, técnico, comercial, estratégico y administrativo de la Sociedad.
36. La información confidencial será utilizada por los colaboradores únicamente para los fines para los cuales fue suministrada y no podrá ser revelada a terceros sin autorización previa.

Artículo 37.- Difusión de información

38. Además de la respuesta a las solicitudes de información, según lo mencionado anteriormente, la Sociedad difunde regularmente información relevante para sus grupos de interés.
39. Los canales de difusión de información son los siguientes:
 - a. Correo electrónico
 - b. Página web corporativa
 - c. Cartas y/o oficios
 - d. Hechos de Importancia
 - e. Medios televisivos, radiales, escritos, digitales
 - f. Mesas de diálogo

Título II. Receptores de la información

Artículo 40.- Grupos de interés

41. Los grupos de interés deben ser tratados de forma diferenciada, de acuerdo a su poder de cooperación, amenaza e interés.
42. Se entiende que los grupos de interés de la sociedad son aquellos definidos en el proceso de identificación de los mismos, el cual será realizado internamente o a través de asesores externos. En ese sentido, la siguiente tabla lista a los grupos y subgrupos de interés de APC Corporación, y los respectivos mecanismos de diálogo establecidos.

Tabla 1. Listado de grupos y sub-grupos de interés de APC Corporación

No.	Grupos de Interés	No.	Sub-Grupos	Mecanismos de diálogo
1	Accionistas	1.1	Mayoritarios	Correos electrónicos, informes respecto a hechos de importancia del mercado y de la sociedad en sesiones de la JGA.
2	Directores	1.2	Independientes	Correos electrónicos, informes respecto a hechos de importancia del mercado y de la sociedad en sesiones del Directorio y sus comités.
3	Colaboradores	3.1	Corporativos	Correos electrónicos, periódicos murales, charlas de capacitación, charlas de 5 minutos del Comité de Salud y Seguridad, reuniones semanales y quincenales, encuestas de clima laboral, y formato de tratamiento de quejas y reclamos.
		3.2	Locales	
		3.3	No locales	
4	Clientes	4.1	Potenciales	Informes mensuales, encuestas de satisfacción, reuniones diarias y semanales.
		4.2	Lima	
		4.3	Remotos	
5	Usuarios	5.1	Colaboradores APC	Libro de reclamaciones, buzón de sugerencias, contacto directo y encuestas de satisfacción.
		5.2	Colaboradores clientes	
		5.3	Personal contratista	
6	Estado	6.1	Gobierno y autoridades locales	El dialogo se lleva a cabo a través de los clientes de APC Corporación. Únicamente existe dialogo directo con SUNAFIL.
		6.2	Prom Perú, Marca Perú, Produce, Cómprale al Perú	
		6.3	Gobierno central	
7	Comunidades	7.1	Comunidad propia	Dialogo directo o mediante cartas.
		7.2	Comunidades del Área de Influencia Directa (AID) de los clientes	El dialogo es presencial y se lleva a cabo de la mano con los Clientes.
8	Proveedores	8.1	Locales	Comunicación presencial, vía correo electrónico y por cartas.
		8.2	No locales	

Elaboración: PCS / Fuente: APC Corporación