

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

10.01.127

# **POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN**

[Aprobado en Sesión de Directorio N° 2217 de fecha 07 de Setiembre 2018](#)

ELABORADO POR:	APROBADO POR:
----------------	---------------

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

### 1. OBJETO

Instaurar un correcto manejo de la información a partir de disposiciones para su clasificación, seguridad y comunicación. Buscar el máximo grado de transparencia en la ejecución de sus atribuciones y funciones, así como en la toma de decisiones, logrando con ello afianzar su credibilidad y responsabilidad frente a los grupos de interés y ciudadanos en general. Establecer los mecanismos y canales para las comunicaciones realizadas por el Banco.

### 2. ALCANCE

Las disposiciones de la presente política alcanzan a los directores del Banco de la Nación y, en general, a todos los trabajadores, independientemente de su nivel jerárquico.

### 3. BASE LEGAL

- Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2017-JUS.
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública – Ley N° 27806 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 072-2003-PCM.
- Código de Buen Gobierno Corporativo para las Empresas bajo el ámbito de FONAFE, aprobado en Sesión, aprobado mediante Acuerdo de Directorio N° 002-2013/033-FONAFE, del 08.03.2015.
- Código de Buen Gobierno Corporativo del Banco de la Nación aprobado en Sesión de Directorio N° 1957 del 12.06.2013.
- Reglamento de Gobierno Corporativo y de la Gestión Integral de Riesgos”, aprobado mediante Resolución SBS N° 272-2017.
- Ley de Protección de Datos Personales y sus modificatorias - Ley N° 29733
- Reglamento de la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2013-JUS.
- Ley que regula la publicidad estatal - Ley N° 28874.
- Ley que regula el gasto de publicidad - Ley N° 30793.
- Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, aprobado mediante Resolución SMV N° 015-2016-SMV/01.

### 4. VIGENCIA

La presente norma entrará en vigencia a partir de la fecha de su aprobación y publicación

### 5. DEFINICIONES

- a) **Activo de información:** Todo aquello donde se almacena, procesa, transmite, permite el acceso y uso de la información, tales como: base de datos, componentes de seguridad, dispositivo de red, dispositivo informático, infraestructura, información digital, información física, intangibles, mobiliario, persona, plataforma tecnológica, servicio tercerizado, servicio informático, sistema informático.
- b) **Ciudadanía:** Conjunto o Grupo de personas hacia los cuales el Banco orienta una acción comunicativa.

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

- c) **Clasificación de la información:** Actividades que conllevan a determinar el nivel de criticidad de la información del Banco de la Nación, según su importancia y nivel de riesgo a que se encuentra expuesta.
- d) **Confidencialidad:** Es un atributo de la información que se caracteriza por permitir el acceso a la información solo mediante autorización y de forma controlada.
- e) **Grupos de Interés:** Conjunto de personas, organizaciones e instituciones con quienes el Banco de la Nación construye y comparte intereses comunes vinculados a la actuación de la empresa y que por sus características comunes, pueden verse significativamente afectados o afectar positiva o negativamente el desarrollo de las actividades del Banco.. Estos grupos pueden ser a) internos: directores, gerentes, trabajadores, funcionarios y practicantes; y b) externos: clientes, proveedores, entidades públicas y privadas, sindicatos, organizaciones sociales, entre otros.
- f) **Hecho de Importancia:** Es cualquier acto, decisión, acuerdo, hecho, negociación en curso o información referida al Emisor, a los valores de éste o a sus negocios que tengan la capacidad de influir significativamente
- g) **Información:** Cualquier forma de registro físico, electrónico, óptico, magnético o en otros medios susceptible de ser procesada, distribuida y almacenada.
- h) **Información de Acceso Restringido:** Cualquier información que por clasificación esté limitada para el acceso público.
- i) **Marca:** Es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Busca identificar y diferenciar.
- j) **Reputación corporativa:** Es el conjunto de percepciones que los grupos de interés tienen sobre la el Banco, como resultado del comportamiento desarrollado por la entidad a lo largo del tiempo.

## 6. DISPOSICIONES GENERALES

6.1 La Política de Información y Comunicación del Banco de la Nación se sustenta en los siguientes pilares:

- a) **Transparencia, y veracidad:** Toda información y comunicación realizada por el Banco de la Nación debe ser hecha de manera transparente y veraz.
- b) **Suficiencia, oportunidad y neutralidad en la divulgación de la información:** Los mensajes deben satisfacer las necesidades de los grupos de interés tanto en contenido como en el tiempo pertinente para recibirla.
- c) **Acercamiento del Estado al ciudadano:** Las acciones de comunicación deben de estar orientadas a acercar los productos y servicios del Banco de la Nación a todos los ciudadanos, independientemente de su procedencia o lugar de residencia.
- d) **Canales alternos y cobertura:** Las acciones comunicacionales del Banco de la Nación deben promover el uso de canales alternos, con el fin de mejorar la calidad de atención y maximizar la cobertura del Banco a nivel nacional. Mediante estas acciones, se busca –entre otros- lograr un óptimo posicionamiento de la marca.

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

- e) **Responsabilidad con la sociedad e inclusión financiera:** La responsabilidad social se debe tener presente en las estrategias y acciones de comunicación del Banco de la Nación. Asimismo, estas deben de servir de apoyo para lograr la inclusión financiera.
- f) **Modernidad y tecnología:** La política comunicacional del Banco de la Nación, sustentada en canales de comunicación eficaces y eficientes, debe buscar su posicionamiento como una institución moderna, y tecnológica con miras a ofrecer un servicio de calidad y fortalecer la reputación de la entidad.
- g) **Mantenimiento de la reserva, secreto y confidencialidad de la información clasificada como tal:** El Banco deberá implementar los procedimientos y mecanismos necesarios para la adecuada conservación y manejo de la información clasificada como reservada, secreta o confidencial.
- h) **Promoción de valores y buenas prácticas:** Los mensajes y acciones de comunicación deben divulgar y promover valores y buenas prácticas internas y externas.

6.2 La aplicación de los pilares de información y comunicación externa es transversal a todos los medios de comunicación físicos o digitales que el Banco determine utilizar.

6.3 El Directorio del Banco de la Nación promueve la comunicación con los grupos de interés de la institución. Asimismo, esta debe considerar criterios de oportunidad y precisión, que serán determinados por la Alta Dirección.

6.4 La segmentación y priorización de los grupos de interés es realizada por la Gerencia de Relaciones Institucionales a través del Mapeo de Grupos de Interés, que permita así como sus percepciones, expectativas y grado de relación. Ello guiará la definición de las estrategias de comunicación del Banco.

6.5 Esta Política será evaluada por el Directorio al menos semestralmente, debiendo la Gerencia Legal y Gerencia de Relaciones Institucionales proponer, de ser el caso, las medidas que se estimen necesarias para su mejora.

## 7. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

### 7.1 Canales de entrega de información y medios de comunicación:

7.1.1 El tratamiento a seguir para la entrega de la información física o electrónica clasificada como "acceso restringido" se realizará de conformidad con los lineamientos establecidos por la Gerencia de Riesgos.

7.1.2 La información que se solicita al Banco en el marco de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública será entregada por el responsable o responsables de la entrega de la información designados para tal fin.

7.1.3 De existir dudas respecto a la procedencia de la entrega de la información deberá requerirse orientación técnica y/o legal a la Gerencia de Riesgos y/o Gerencia Legal, respectivamente.

7.1.4 El Banco de la Nación utilizará los canales de comunicación institucionales necesarios (CCTV, página web, redes sociales, entre otros.) como uno de los mecanismos para el relacionamiento con sus grupos de interés y en la difusión de información.

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

## 7.2 Declaraciones en medios de comunicación:

Con objeto de salvaguardar la marca y reputación corporativa del Banco de la Nación; las únicas personas autorizadas a realizar declaraciones en medios de comunicación, a nombre del Banco, son el Presidente Ejecutivo, el Gerente General, y el Gerente de Relaciones Institucionales, siendo potestad de dichos funcionarios designar voceros para los temas que estimen pertinentes.

## 7.3 Clasificación de la Información

7.3.1 La clasificación de la información, es aplicada únicamente a la información que genera el Banco, cualquiera sea el soporte en que se encuentre (soporte físico, digital, entre otros); la información vinculada a operaciones con otras entidades mantendrá el nivel de clasificación asignada por las mismas.

La Información se clasifica de la siguiente manera:

- a) **Información Pública:** Es aquella de uso interno que no ha sido clasificada como de "acceso restringido", su publicación o distribución no implica riesgo para los procesos o sistemas de la institución y los grupos de interés.
- b) **Información Confidencial:** Información crítica y/o sensible para la operatividad del Banco.
- c) **Información Reservada:** Información que tiene por finalidad prevenir y reprimir la criminalidad en el país.
- d) **Información Secreta:** Información clasificada en el ámbito militar y de inteligencia.

7.3.2 La información secreta, reservada o confidencial, así como aquella enmarcada dentro de las excepciones al derecho de acceso a la información pública contemplada en la Ley N° 27806 y otras normas legales, son consideradas como información de acceso restringido.

7.3.3 Los documentos que contengan información clasificada como secreta, reservada o confidencial son resguardados por el poseedor de la información, quien deberá adoptar las medidas de seguridad respectivas para su adecuada conservación.

7.3.4 Los directores y trabajadores que por su cargo o funciones tengan acceso a información de carácter restringido deberán guardar estricta reserva de la misma, estando prohibido de tomar ventaja para sí mismo o terceros del uso de dicha información

7.3.5 El Banco garantiza la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la comunicación y difusión de la información a través de un Sistema de Gestión de Seguridad de Información (SGSI).

7.3.6 El Banco garantiza a través de sus normas internas, el tratamiento de la seguridad de la comunicación y difusión de la información, las cuales deberán estar alineadas a los estándares dispuestos en la regulación aplicable y en la adopción de mejores prácticas.

7.3.7 Para toda información no pública, el jefe de la unidad orgánica que administra el producto, servicio y/o proceso vinculado, luego de inventariar los activos de información, clasifica la información, asignándole el nivel de clasificación que corresponda, de acuerdo a su valor, sensibilidad, criticidad, requerimientos legales y riesgo de pérdida o compromiso.

7.3.8 Para el caso de la información reservada – mercado de valores, la responsabilidad de evaluar y determinar la calidad de Información Reservada, un hecho o negociación en curso para luego ser comunicados a la Superintendencia de Mercado de Valores, es exclusiva del Directorio, siendo el Presidente del Directorio quién informará al Gerente General.

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

#### 7.4 Hechos de Importancia

La evaluación de la capacidad de influencia significativa de la información y su posible calificación como hecho de importancia se realizará conforme a los procedimientos y criterios contenidos en las normas internas que el Banco elabore sobre la materia.

El Banco publicará en su portal web, un enlace denominado “Hechos de Importancia” a través del cual, cualquier interesado pueda acceder a la información que el Banco haya comunicado a la Superintendencia del Mercado de Valores como “Hecho de Importancia”.

Esta información deberá mantenerse actualizada de forma permanente.

Los criterios que se considerarán en la evaluación de un hecho de importancia o negociación para su calificación como Información Reservada serán las siguientes:

- a) Cuando la información compromete estrategias de la Institución y/o el cumplimiento de las funciones de un equipo de negociación.
- b) Cuando corresponde a opiniones o recomendaciones que forman parte de un proceso de negociación, en tanto no sea adoptada la decisión definitiva.
- c) Cuando puede generar una ventaja indebida a una persona u organización en perjuicio del Banco.
- d) Cuando puede menoscabar las relaciones con posibles inversionistas o poniendo en peligro una negociación en proceso.

#### 7.5 Transparencia y Acceso a la Información Pública

El Banco deberá adoptar todas las medidas necesarias para la atención de las solicitudes de Acceso a la Información Pública de forma eficiente cumpliendo con los plazos legales establecidos. Asimismo deberá velar por la publicación oportuna y suficiente de toda la información exigida por las normas que regulan el Portal de Transparencia Estándar.

Ello, con el objetivo de transparentar toda la información que por su naturaleza debe encontrarse a disposición de los interesados y, en general, de la ciudadanía.

El Banco está comprometido en dar cumplimiento y fortalecer los mecanismos de Transparencia y Acceso a la Información Pública en el marco de la lucha contra la corrupción.

### 8. RESPONSABILIDADES GENERALES

8.1 Las personas que, en el ejercicio de sus funciones, posean información del Banco, deben usar, conservar y proteger los activos de información a su cargo estableciendo los controles contemplados en la normatividad interna y externa aplicable al Banco.

8.2 Las personas que se encuentren a cargo de la comunicación y difusión de la información del Banco, podrán abstenerse de hacerlo en caso consideren que puede afectar negativamente a la institución y/o grupos de interés.

### 9. CANALES DE COMUNICACIÓN

La comunicación externa, está enfocada hacia las relaciones que establece el Banco con grupos de interés externos, como medios de comunicación, clientes y partes interesadas, entre otros.

El Banco brinda diferentes canales de comunicación que garantizan el acceso a la información a los grupos de interés y público en general, debiendo para ello seguir los siguientes criterios para su atención:

<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACION DEL BANCO DE LA NACIÓN</b>	<b>BN-REG-4500-053-01 Rev.0</b>	<b>07 SETIEMBRE 2018</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE APROBACIÓN

### 9.1 **Página Web**

La información considerada pública se encontrará a disposición de los grupos de interés y público en general interesado a través de nuestra página Web Institucional ([www.bn.com.pe](http://www.bn.com.pe)) y del Portal de Transparencia Estándar.

La página Web del Banco de la Nación, mostrará toda información de conocimiento público, como por ejemplo: productos crediticios, tasas pasivas y activas, etc.; la página Web debe actualizarse periódicamente de acuerdo a las disposiciones emitidas por los órganos reguladores y cada vez que exista información relacionada con las gestiones realizadas en el cumplimiento de la Misión Institucional.

### 9.2 **Información publicitaria e informativa**

La información publicitaria del Banco será difundida a través de los medios de comunicación conforme a lo regulado y permitido por las normas externas aplicables a la materia.

### 9.3 **Comunicaciones escritas**

Las comunicaciones escritas se realizarán en papel membretado, de acuerdo a los formatos aprobados internamente por el Banco.

### 9.4 **Correo electrónico**

Los correos electrónicos se consideran como un medio de comunicación interna y externa; asimismo, la información compartida está sujeta a la responsabilidad del titular del correo electrónico.

## 10. **SANCIONES**

El incumplimiento de las disposiciones establecidas en la presente constituirá una infracción sancionable conforme a la normativa interna vigente.

## 11. **SUPERVISIÓN Y MONITOREO**

La Gerencia Legal conjuntamente con la Gerencia de Relaciones Institucionales informará al menos semestralmente al Directorio el cumplimiento de los procedimientos, mecanismos y disposiciones establecidas en esta Política así como de sus posibles desviaciones. Dicha información será presentada de acuerdo a las competencias de ambas gerencias.