

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS FINANCIERAS CON EL USUARIO

1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código (Código) es aplicable a las empresas financieras agremiadas a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) en su relación con el usuario.

A efectos de la aplicación del Código, entendemos por usuario a la definición establecida en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

2. FINALIDAD

Las empresas agremiadas a ASBANC son conscientes de la importancia que significa mejorar y afianzar las relaciones con los usuarios. Por ello, el presente documento busca establecer principios que contribuyan a generar confianza y mejorar la relación con el usuario.

A fin de cumplir con dicho objetivo, las empresas, vía autorregulación, han identificado siete principios que contribuyen a mejorar y afianzar la relación con el usuario. Estos son: inclusión financiera y educación financiera, transparencia de información, calidad de atención y orientación, gestión de reclamos, prácticas de negocio, seguridad y gestión de cobranzas.

Finalmente, las empresas convienen que la adopción y puesta en práctica de estos principios incidirán positivamente en las relaciones con los usuarios.

3. COMPROMISO

Las empresas se comprometen a hacer esfuerzos sistemáticos tendientes a incorporar en su cadena de valor, la implementación de los principios contenidos en el presente Código.

Las empresas están adheridas al Sistema de Relaciones con el Consumidor de ASBANC y se comprometen a cumplir con los Lineamientos que éste, a través de sus instancias de decisión, apruebe y emita para mejorar las relaciones con el usuario.

4. CUMPLIMIENTO

Las empresas designarán a un funcionario responsable de lo dispuesto en el Código, quien a su vez se encargará de completar el Cuestionario de Autoevaluación que forma parte del presente documento.

Es recomendable que este funcionario cumpla con una de las siguientes condiciones:

Ser un funcionario de primer o segundo nivel de línea de reporte al Gerente General dentro de la empresa; o,

Realizar las funciones de Oficial de Conducta de Mercado; o,

Ser funcionario responsable de la banca minorista de la empresa.

Dicha designación deberá ser informada, por carta o correo electrónico, a ASBANC dentro de cinco días útiles de suscrito el Código.

5. DIFUSIÓN E INFORMACIÓN

Los resultados del Cuestionario de Autoevaluación que integra el Código serán publicados en la página web de la empresa, en la página web de ASBANC y, en caso la empresa lo considere pertinente, podrá emplear otros mecanismos de difusión e información.

La publicación de los resultados del Cuestionario de Autoevaluación se realizará en el mes de setiembre de cada año, a partir del 2016.

6. PRINCIPIOS

6.1. INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA: La empresa se preocupa por fomentar la inclusión financiera y educación financiera, entendida esta última como el esfuerzo en brindar al usuario criterios básicos financieros como la importancia del ahorro y su protección, la relación entre riesgo y rentabilidad, la función de intermediación de las empresas, etc., a fin de contribuir con su bienestar financiero.

- a) La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera.
- b) La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios.
- c) La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera.
- d) La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla.

6.2. TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN: La empresa se preocupa por brindar al usuario información relevante, veraz, apropiada, oportuna, transparente, confiable y de fácil comprensión sobre sus productos y servicios.

- a) La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios.

- b) La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados.
- c) La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad.
- d) La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación.

6.3. CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN: La empresa vela porque el usuario sea debidamente atendido.

- a) La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario.
- b) La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial.
- c) La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios.
- d) La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio

6.4. GESTIÓN DE RECLAMOS: La empresa promueve una adecuada gestión de los reclamos de sus usuarios.

- a) La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación.
- b) La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla.
- c) La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla.

6.5. PRÁCTICAS DE NEGOCIO: La empresa vela porque sus prácticas de negocio se encuentren alineadas a la conducta de mercado, promoviendo la confianza de los usuarios.

- a) La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios.

- b) La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores.
- c) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados.
- d) La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos.
- e) La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes.

6.6. SEGURIDAD: La empresa promueve mecanismos de seguridad integral para el usuario.

- a) La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece.
- b) La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude.
- c) La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios.

6.7. GESTIÓN DE COBRANZAS: La empresa asegura que existan adecuadas prácticas de cobranza.

- a) La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios.
- b) La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza.

7. VIGENCIA

La empresa se compromete a desarrollar esfuerzos sistemáticos para implementar las disposiciones del presente código sobre la base de la realidad específica de cada entidad.

Este compromiso se pone en vigencia al momento que el Gerente General de la empresa lo suscribe.

8. SUPERVISIÓN

La Gerencia de Relaciones con el Consumidor de ASBANC supervisará: (i) el envío

oportuno del Cuestionario de Autoevaluación de la empresa, que será desarrollado en el mes agosto de cada año, a partir del 2016; y, (ii) la publicación del mismo en la página web de cada empresa.

El resultado de la supervisión será comunicado al Comité de Relaciones con el Consumidor, quien decidirá si debe ser puesto en conocimiento de la Gerencia General de la entidad supervisada.

9. ACTUALIZACIÓN

Este Código será revisado y actualizado con una frecuencia no mayor a dos años, contando a partir desde su entrada en vigencia.

ANEXO

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera?	X	
EXPLICACION: Uno de los cuatro ejes de acción de la estrategia de Sostenibilidad de Banco Falabella Perú, es el bienestar financiero. Por ello, impulsamos iniciativas educativas que promueven espacios de aprendizaje sobre el manejo de las finanzas personales. Entre nuestras principales iniciativas están: • Edducity.com Es un videojuego educativo, creado por Banco Falabella, que enseña de manera divertida a niños y adolescentes sobre finanzas personales. Los estudiantes aprenden a cuidar y administrar el dinero, ahorrar y tomar decisiones financieras mientras juegan con otros estudiantes, a través de torneos escolares. • Team por la Educación Financiera Desde hace dos años, lanzamos el Team por la Educación Financiera, una iniciativa que busca fomentar una cultura financiera real a la sociedad en general, a través de un lenguaje simple y cercano. Este programa está liderado por un grupo de colaboradores voluntarios, que brinda su tiempo y compromiso para realizar conversatorios, charlas y talleres sobre los principales temas financieros que el peruano quiere saber. • Landing page de Educación Financiera Incentivamos el uso responsable de los productos financieros, a través de diferentes iniciativas digitales como una plataforma digital exclusiva de educación financiera en la web del Banco. En este espacio, las personas podrán encontrar información sobre conceptos financieros básicos, productos financieros y tips para mejorar su bienestar en temas de dinero. • Contenido sobre educación financiera en redes sociales El equipo de Marketing tiene un plan anual de contenido para difundir en redes sociales videos relacionado a estado de cuenta, seguro de desgraven, prevención de fraudes y otros conceptos financieros básicos para que más personas tengan acceso a información relacionada con los productos financieros; con un lenguaje simple y cercano.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
EXPLICACION: Dentro del journey del cliente, Banco Falabella puso a disposición a los clientes los siguientes canales: • Conceptos financieros desde el WhatsApp Tenemos un conjunto de contenido utilitario sobre el uso de la tarjeta de crédito dentro del canal WhastApp de Banco Falabella, para que nuestros clientes tomen decisiones más informadas. • Mailing sobre prevención del fraude Se cuenta con un plan anual de contenido de difusión para clientes, con el fin de sensibilizar y ofrecer información		

utilitaria sobre prevención del fraude en productos financieros.

- Charla sobre educación financiera

Este año, Banco Falabella realizó el primer taller online sobre cómo utilizar correctamente la tarjeta de crédito con clientes. Este espacio se realizó en tiempo real y ayudó a resolver dudas de los participantes.

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	X	
EXPLICACIÓN: Nuestro principal indicador es el número de beneficiados por educación financiera. Compartimos algunos indicadores de interés, entre enero a julio del 2026: • Team por la Educación Financiera: 1,590 personas beneficiadas. • Edducity.com: 5,089 niños y niñas de Lima aprendieron conceptos financieros desde una edad temprana. • Más de 23.9 mil personas conocieron conceptos financieros básicos gracias a un plan de contenido en redes sociales. • Más de 442 mil clientes recibieron tips y recomendaciones sobre prevención de fraudes. • 23 mil clientes consultaron sobre cómo utilizar correctamente su tarjeta de crédito de Banco Falabella a través de nuestro WhatsApp.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Los colaboradores de Banco Falabella participan de manera voluntaria en diferentes iniciativas que promovemos desde el equipo de Sostenibilidad, a favor del bienestar financiero de más peruanos. Entre ellas, está el Team por la Educación Financiera, donde colaboradores voluntarios realizan talleres gratuitos a la comunidad y clientes sobre finanzas personales. Además, tenemos voluntariados corporativos con actividades de aprendizaje sobre el manejo del dinero con escolares de 11 y 12 años, a través de nuestro juego de mesa "Aprende con Edu".		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Las distintas áreas de Banco Falabella mantienen una coordinación permanente respecto de la atención y experiencia de los usuarios, a fin de identificar oportunamente sus necesidades de información, para que estas sean atendidas de manera idónea y en un tiempo prudente.		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados?	X	
EXPLICACIÓN: El Banco difunde información a través de sus distintos canales de atención procurando que ésta sea clara, sencilla y de fácil comprensión para los usuarios, respecto de las características y condiciones de sus productos y servicios ofrecidos. Asimismo, realiza revisiones periódicas de los contenidos difundidos con el objetivo de verificar que la información se encuentre actualizada, sea consistente y accesible para los usuarios.		

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	X	
EXPLICACIÓN: El material publicitario se elabora considerando los lineamientos y disposiciones establecidas, pasando por la revisión y control de diversas áreas (Marketing, Legal, Experiencia al Cliente y Producto) Este proceso tiene como finalidad verificar el cumplimiento de la normativa aplicable, así como la claridad, transparencia y consistencia de la información que se pone a disposición de los usuarios.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella elabora y difunde su material publicitario considerando las disposiciones normativas y los mecanismos de autorregulación vigentes que resultan aplicables.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con mediciones continuas de NPS en todos los canales (físicos y digitales), complementadas con comités semanales de seguimiento por canal y reuniones de gestión de reclamos. Estas reuniones sirven para plantear iniciativas que mejoren la experiencia de los clientes, gestionar la causa-raíz de los reclamos y reforzar los protocolos de atención según los resultados de NPS y evolución de los reclamos y requerimientos en cada canal.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con canales digitales de autogestión que permiten a los clientes realizar consultas, solicitudes y transacciones de manera ágil, segura y oportuna, brindando una experiencia de atención eficiente y disponible cuando la necesitan. Estos canales incluyen la App Banco Falabella, la Banca Internet y el canal de WhatsApp Banco Falabella, los cuales facilitan el acceso a servicios y operaciones con altos estándares de seguridad y rapidez. Además, también contamos con un IVR en nuestra Banca Telefónica, que permite brindar una atención rápida y segura. Constantemente innovamos en las funcionalidades de estos canales y realizamos esfuerzos para continuar digitalizando nuestra cartera de clientes y así más clientes puedan utilizar los canales digitales para mayor comodidad y eficiencia.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella desarrolla capacitaciones y talleres permanentes para los equipos de atención, con el objetivo de fortalecer sus conocimientos, habilidades y capacidad de respuesta frente a las distintas necesidades de los clientes. Asimismo, al finalizar cada capacitación se realizan evaluaciones que permiten validar el nivel de preparación de los ejecutivos, asegurando que cuenten con las competencias necesarias para brindar una atención adecuada y gestionar de manera efectiva consultas, requerimientos y situaciones complejas.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella tiene como foco estratégico la experiencia de sus clientes. En línea con este compromiso, implementa diversas iniciativas para asegurar que los ejecutivos de todos los canales de atención brinden un servicio cordial, respetuoso, inclusivo y libre de cualquier tipo de discriminación. Estas acciones incluyen programas de capacitación y talleres periódicos, la disposición de protocolos y lineamientos de atención, así como mecanismos de seguimiento y control que permiten monitorear el nivel de servicio mediante indicadores de experiencia, como el NPS, y el análisis continuo de reclamos y oportunidades de mejora.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella pone a disposición los siguientes canales para la recepción de reclamos: - Oficinas de Atención - Banca Telefónica - WhatsApp - Libro de Reclamaciones Web - App Asimismo, se realizan mesas de trabajo internas para hacer seguimiento a los tiempos de atención y generar planes de acción para brindar una respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación. Actualmente nuestro tiempo promedio de atención de reclamos y requerimientos está en ~6 días hábiles y continuamos haciendo esfuerzos por reducir estos tiempos sin perjudicar la calidad de respuesta.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella atiende los reclamos en forma sencilla y comprensible para el cliente, con el fin de que se sienta satisfecho y se le brinde toda la información requerida. Por lo que, en el proceso de atención de reclamos y requerimientos, las respuestas que se brindan están en un lenguaje comprensible para el cliente y sin tecnicismos, abordando todos los extremos que motivaron su comunicación. Adicionalmente, se cuenta con un proceso de monitoreo de respuestas a fin de asegurar que el equipo de reclamos y requerimientos mantenga los estándares de atención establecidos y poder realizar las retroalimentaciones correspondientes cuando es necesario a los ejecutivos de atención al cliente.		

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella realiza evaluaciones de causas raíz a partir de los reclamos ingresados por los clientes, esto con la finalidad de identificar los principales motivos por los cuales los clientes nos manifiestan su inconformidad. A partir de los hallazgos encontrados, se realizan mesas de trabajo y/o coordinaciones con las áreas involucradas en las cuales se presentan los principales factores identificados y se definen planes de acción para mitigar estas causas de origen.		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
EXPLICACIÓN: Las áreas de producto desarrollan sus actividades conforme a la normativa vigente y considerando los distintos perfiles de clientes. Asimismo, el Oficial de Conducta de Mercado participa en los procesos de creación, revisión y actualización de productos y servicios, asegurando que estos respondan adecuadamente a las necesidades y expectativas de los usuarios.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: Las áreas de Producto aseguran que los productos y servicios se diseñen y comercialicen con características y condiciones claramente definidas, de modo que la información sobre su funcionamiento, beneficios, riesgos, costos y condiciones sea adecuada para el entendimiento de los usuarios, permitiéndoles tomar decisiones de manera informada. Por otro lado, el Oficial de Conducta de Mercado revisa y supervisa las prácticas de comercialización de los productos y servicios, se realicen de manera clara, transparente y comprensible para los usuarios. De esta forma, se busca evitar interpretaciones erróneas y facilitar que los clientes realicen sus consultas, operaciones y contrataciones con información suficiente para tomar decisiones adecuadas.		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella pone a disposición de sus clientes diversos canales para la realización de pagos anticipados, procurando que éstos sean accesibles y de fácil comprensión. En el caso del Préstamo Efectivo, los pagos anticipados pueden efectuarse a través de las oficinas del Banco y mediante la Banca por Internet. Para el producto Tarjeta de Crédito, dichos pagos pueden realizarse en las oficinas del Banco. La información sobre los canales disponibles es comunicada a través de los medios oficiales del Banco. Adicionalmente, los colaboradores se encuentran capacitados para brindar información y orientación a los usuarios respecto al proceso de pago anticipado, así como las alternativas disponibles al momento de solicitarlo.		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella pone a disposición de sus clientes diversos canales de atención para la gestión de consultas y solicitudes relacionadas con la cancelación de productos, procurando que dichos canales sean accesibles y permitan una adecuada orientación al usuario. - Para el producto Tarjeta de Crédito, además de acceder a los canales antes mencionados para resolver sus inquietudes, también podrán solicitar la cancelación de sus productos a través de ellos, a excepción del ChatBot (WhatsApp). - Para el producto Préstamo, además de poder realizar la cancelación en cualquiera de las agencias de Banco Falabella, puede realizarlo también a través de la Banca por Internet. - En el caso de la Cuenta Banco Falabella, Cuenta Ahorro clásico se puede cancelar en agencias, a través de ChatBot (WhatsApp), Banca Telefónica y a través de nuestros canales digitales (app y banca por internet); la Cuenta Intangible se pueden cancelar en agencias, a través del ChatBot (WhatsApp) del banco o a través de banca telefónica. Para cancelar un depósito a plazo fijo, el cierre se podrá hacer en los canales Banca por internet y en las oficinas del Banco. En el caso de la cuenta de CTS, el cliente debe gestionarlo en oficina.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella promueve prácticas comerciales alineadas con los principios de transparencia, claridad y adecuada información al usuario, procurando que la oferta de sus productos y servicios sea comunicada de manera clara y comprensible. En caso se identifiquen oportunidades de mejora en los procesos o prácticas comerciales implementadas, las áreas responsables evalúan y ejecutan las acciones correctivas que correspondan, con el objetivo de fortalecer la experiencia del usuario y evitar posibles afectaciones. Asimismo, el Oficial de Conducta de Mercado realiza el seguimiento correspondiente para asegurar la implementación oportuna de dichas mejoras y verificar que las prácticas comerciales mantengan estándares adecuados de transparencia y cumplimiento. De manera complementaria, Banco Falabella cuenta con programas de cumplimiento, entre ellos el Programa Mi Cliente y Libre Competencia, los cuales incluyen lineamientos de actuación y canales de denuncia para reportar posibles incumplimientos o conductas contrarias a los principios establecidos.		

SEGURIDAD

Pregunta 21

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella mantiene un programa permanente de concientización para los clientes, usando diferentes canales y medios para capacitarlos ante nuevos métodos de suplantación, los casos más usuales que originan fraude o que puedan utilizar los atacantes. Algunos de los medios que utilizamos son: redes sociales, correos o, incluso, nuestra		

web.

Las campañas de comunicación externas son coordinadas por las diferentes áreas internas para alinearnos en contenido y asegurar una comunicación asertiva con nuestros clientes: Marketing, Seguridad de la Información, Prevención de Fraudes, etc.

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	X	
EXPLICACIÓN:		
<u>Con relación a las medidas de seguridad en oficinas:</u>		
Banco Falabella ejecuta revisiones periódicas en sus instalaciones con el fin de detectar vulnerabilidades o fallos perimetrales en los mantenimientos correctivos o preventivos del sistema de alarmas y CCTV. Asimismo, se realizan pruebas constantes en el sistema biométrico de la Torre BF, así como también, coordina con las diferentes entidades reguladoras o de fiscalización de servicios de seguridad privada para tener la documentación en regla.		
<u>Con relación a los mecanismos de prevención de Fraude:</u>		
Banco Falabella Perú cuenta con un sistema de monitoreo antifraude que evalúa de manera automática y en tiempo real las transacciones realizadas por sus clientes. Como resultado de esta evaluación, el sistema genera alertas cuando identifica operaciones que presentan comportamientos inusuales o indicios de posible fraude. Dicho sistema evalúa de forma continua la totalidad de las transacciones financieras y no financieras realizadas por los clientes a través de los distintos canales de atención del banco.		

Pregunta 23

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN:		
<u>Con respecto a mecanismos de ciberseguridad:</u>		
Banco Falabella cuenta con un marco de gobierno de seguridad de la información y ciberseguridad basado en el modelo de tres líneas de defensa, respaldado por equipos especializados para la gestión de riesgos, monitoreo de amenazas emergentes y respuesta ante incidentes. A su vez, tenemos distintas herramientas de seguridad las cuales se encuentran correlacionadas para poder accionar de manera adecuada ante cualquier tipo de evento. Sabemos que las herramientas no son suficientes, por lo que también contamos con un programa continuo de concientización (cursos normativos, campañas, charlas, pruebas, eventos, etc.) para nuestros colaboradores. Finalmente, todo lo comentado no sería suficiente sin la combinación de nuestros procesos establecidos, parte de la operativa diaria y mejora continua que hace que podamos identificar, proteger, detectar, responder y recuperarnos ante cualquier evento.		
<u>Con respecto a mecanismos de gestión adecuada de datos personales:</u>		
Banco Falabella cuenta con un Programa de Cumplimiento de Protección de Datos Personales formalmente implementado, sustentado en políticas y procedimientos que establecen lineamientos y controles para el tratamiento adecuado de la información personal. Asimismo, la protección de datos personales forma parte de la evaluación de nuevas iniciativas y procesos, permitiendo identificar riesgos y definir medidas de mitigación cuando corresponda. Adicionalmente, se desarrollan actividades periódicas de capacitación, concientización, monitoreo y auditoría orientadas al fortalecimiento continuo del cumplimiento y la protección de los datos personales.		

GESTIÓN DE COBRANZAS

Pregunta 24

	SI	NO
¿La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella actualmente cuenta con procedimientos documentados que establecen lineamientos orientados para garantizar el cumplimiento de lo establecido en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: Banco Falabella monitorea de forma continua el cumplimiento de los procedimientos a través del equipo de Monitoreo y Calidad, utilizando herramientas de Speech Analytics para evaluar las interacciones con los clientes. Asimismo, el área de Governance & Control realiza revisiones periódicas de nuestros procesos.		