

POLÍTICA DE PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CLIENTE

FALABELLA



 SODIMAC

 Banco Falabella

 TOTTUS

 mallplaza

Falabella
INMOBILIARIO

 INIO

[falabella.com](https://www.falabella.com)

ÍNDICE.

pag 3. Introducción.

pag 4. Objetivo.

Alcance.

Definiciones.

pag 5. Principios.

- Respeto a la Ley y a los Contratos
- Seguridad del Cliente
- Respeto a la Competencia
- Respeto a la Dignidad de las Personas
- No Discriminación
- Respeto a la Autoridad
- Respuesta al Cliente
- Publicidad

pag 7. Áreas Prioritarias.

pag 8. Programa de Protección de los Derechos del Cliente.

pag 9. Cumplimiento y Áreas de Apoyo.

pag 10. Revisión y Ajustes.

pag 11. Capacitación y Difusión.

pag 12. Documentos relacionados.

pag 13. Anexos.





01 INTRODUCCIÓN.

La relación con los Clientes no se agota en la venta misma del bien o servicio de que se trate, sino que involucra una serie de actividades que van desde la Publicidad hasta la post-venta de los mismos. Por su parte, la propuesta de valor de Falabella **se funda en la satisfacción del Cliente y en su preferencia por los productos y servicios que comercializa**, por lo que su protección y cuidado son una prioridad para la Compañía de la que ésta no puede sustraerse.

Es por lo anterior que todas las Actividades de Venta de Falabella deben realizarse cumpliendo y respetando los principios que en esta política se establecen.



02 OBJETIVO.

El objetivo de esta Política es establecer **los principios por los que deben regirse las Actividades de Venta de Falabella** para la protección de los derechos del Cliente.

03 ALCANCE.

Esta política es de alcance específico, por lo que es aplicable a toda Compañía situada en Chile, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos sus Colaboradores.

04 DEFINICIONES.

Los términos que en esta política se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

05 PRINCIPIOS.

Falabella deberán realizar sus Actividades de Venta dando cumplimiento a los siguientes principios:

1

RESPETO A LA LEY Y A LOS CONTRATOS

Toda Actividad de Venta deberá realizarse con estricta sujeción a la ley y a las normas internas de la Compañía.

La Compañía debe procurar el cumplimiento exacto, íntegro y oportuno de las obligaciones que de las Actividades de Venta, puedan derivarse para con los Clientes.

La Compañía debe cumplir a cabalidad con todos los contratos celebrados con sus Clientes respetando, asimismo, los términos y las condiciones ofrecidas en la Publicidad de sus bienes y servicios.

2

SEGURIDAD DEL CLIENTE

Cada Compañía deberá disponer de todos los medios que razonablemente estén a su alcance con el objeto de garantizar la seguridad del Cliente, tanto en su experiencia de compra como en el uso o consumo del producto o servicio adquirido, incluyendo la protección de la salud y del medio ambiente.

3

RESPETO A LA COMPETENCIA

Todas las Actividades de Venta deben realizarse respetando a los competidores de Falabella y sus productos o servicios, estando vedado el uso de recursos publicitarios o de otro tipo que puedan significar la denigración o menosprecio de un competidor. Lo anterior no impide efectuar publicidad comparativa donde la legislación lo permita, con estricto apego a ella.

4 **RESPECTO A LA DIGNIDAD DE LAS PERSONAS**

Toda Actividad de Venta deberá siempre respetar la dignidad de las personas, evitando ridiculizarlas, caricaturizarlas, estereotiparlas, ofenderlas o denigrarlas. Asimismo, se debe respetar a toda institución, entidad o grupo de personas que compartan características, ideas o creencias reconocibles.

5 **NO DISCRIMINACIÓN**

Las Actividades de Venta de Falabella deberán realizarse evitando cualquier forma de discriminación arbitraria hacia los Clientes, ya sea por motivos de edad, estado civil, enfermedad o discapacidad, religión o creencia, nacionalidad, situación socioeconómica, ideología u opinión política, etnia u origen, sexo, orientación sexual o identidad de género.

6 **RESPECTO A LA AUTORIDAD**

La Compañía deberá acatar las instrucciones legítimamente impartidas con carácter obligatorio por la autoridad competente en materia de protección de los derechos del Cliente. Asimismo, deberá responder de manera completa y oportuna los requerimientos de información legítimamente emanados de ella en su ámbito de competencia. Adicionalmente, ante una fiscalización o visita inspectiva de la autoridad competente, realizada en ejercicio de sus funciones y en el marco de sus atribuciones, la Compañía deberá otorgarle las facilidades necesarias para que la revisión se lleve a efecto, y no podrá negarse injustificadamente a proporcionar la información requerida sobre los aspectos que sean materia de la fiscalización. Al efecto deberá tenerse en consideración el Procedimiento para Abordar Fiscalizaciones y Visitas Inspectivas de la Autoridad.

7 **RESPUESTA AL CLIENTE**

La Compañía deberá responder las solicitudes, requerimientos de información y reclamos de sus Clientes, con la mayor celeridad posible dentro de los plazos establecidos en la ley y, cuando corresponda, según lo dispuesto en su normativa interna.

8 **PUBLICIDAD**

La Publicidad de cada Compañía deberá efectuarse dando cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Política y en el Procedimiento para la Elaboración de Material Publicitario y Promocional de Falabella.

06

ÁREAS PRIORITARIAS.

En su preocupación por el resguardo de los derechos de sus Clientes, la Compañía ha reconocido las actividades más expuestas a potenciales riesgos de incumplimiento o infracciones a la Ley del Consumidor. Dichas actividades son las siguientes:

- 1 Cumplimiento de contratos celebrados con los Clientes
- 2 Requerimientos de garantía por parte de los Clientes;
- 3 Gestión y respuesta de reclamos de Clientes;
- 4 Publicidad, ofertas, promociones y concursos;
- 5 Seguridad de los Clientes;
- 6 Fiscalizaciones de la autoridad, tanto en tiendas como en oficinas de la Compañía; y,
- 7 Discriminación arbitraria a los Clientes.

La Compañía adoptará los planes de acción que estime necesarios con el objeto de controlar y mitigar los riesgos relacionados con las actividades antes referidas.



07

PROGRAMA DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CLIENTE.



La Compañía ha desarrollado el Programa de Protección de los Derechos del Cliente, el que tiene por objeto establecer un conjunto de sistemas que permitan administrar los riesgos de incumplimiento normativo, relacionados con la legislación de protección de los derechos de los Consumidores.

En el marco del Programa, la Compañía designará un Colaborador en calidad de oficial de cumplimiento, quien estará encargado de velar por su efectividad y correcta implementación.



08 CUMPLIMIENTO Y ÁREAS DE APOYO.

La Gerencia de Servicio al Cliente de la Compañía, o el área que cumpla dicha función, será la encargada de: velar por la correcta y oportuna aplicación de esta Política; y, ii) adoptar las medidas que estimare pertinentes con el objeto de informar los principios contenidos en esta Política a los terceros que, en virtud de una relación comercial o contractual, se relacionen con los Clientes de la Compañía y/o que participen en el proceso de elaboración de material publicitario y promocional de la Compañía.

Para realizar lo anterior, la Gerencia de Servicio al Cliente de la Compañía, o el área que cumpla dicha función, contará con el apoyo de las áreas que a continuación se indican: i) Gerencia de Servicio de Atención al Cliente; ii) Ejecutivos de Callcenter y Backoffice del Servicio de Atención al Cliente; iii) Gerencia de Marketing; iv) Gerencia de Administración y Finanzas; v) Gerencia de Operaciones; vi) Gerencias de Línea; vii) Gerencia de Seguridad y Prevención de Pérdidas; viii) Business Intelligence; ix) Gerencias y Jefaturas de Tienda; y, x) Administradores de Oficinas.



09 REVISIÓN Y AJUSTES.

Con el objeto de mejorar y actualizar continuamente el contenido y alcance de esta Política, ella, sus procedimientos asociados y los riesgos relacionados con el cumplimiento de la Ley del Consumidor, deberán ser revisados anualmente como, asimismo, cuando se modifique la normativa aplicable.

10

CAPACITACIÓN Y DIFUSIÓN.

Con el objeto de dar a conocer la importancia de esta Política y promover su cumplimiento, la Compañía realizará, entre otras, las siguientes actividades: i) capacitación periódica; ii) planes de comunicación; y, iii) prueba de controles respecto de los riesgos de incumplimiento de la Ley del Consumidor detectados. Asimismo, la Compañía dará a conocer la presente Política y aquella otra normativa interna referente a la protección de los derechos del Cliente, en los procesos de inducción de nuevos Colaboradores.





11 DOCUMENTOS RELACIONADOS.

- Código de Integridad.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Programa de Protección de los Derechos del Cliente.
- Políticas y Procedimientos integrantes del Programa de Protección de los Derechos del Cliente.

ANEXO

DEFINICIONES

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de esta Política en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

ACTIVIDADES DE VENTA

Significa las actividades: i) de Publicidad; ii) de promoción, es decir, el ofrecimiento al público de bienes y servicios en condiciones más favorables que las habituales con excepción de aquellas que consistan en una simple rebaja de precio; iii) de oferta, es decir, el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios rebajados en forma transitoria, en relación con los precios habituales del respectivo establecimiento; iv) de venta o prestación, a cualquier título oneroso, de bienes o servicios a un Cliente, por cualquier Compañía ya sea de manera presencial o remota; y, v) de post-venta, es decir, las que deriven de la compra de un bien o servicio por parte de un Cliente y que comprenden, especialmente: a) el despacho de productos; b) las solicitudes de cambios y devoluciones; c) los requerimientos de garantía y de servicio técnico; y, d) la respuesta a reclamos, su seguimiento y ejecución de las respectivas soluciones entregadas, en caso de proceder.

COLABORADOR

Significa: i) toda y cualquier persona vinculada a una Compañía por un contrato de trabajo; y, ii) todos los miembros del directorio, consejo de administración o cualquier otro órgano colegiado de administración, que conforme a la ley aplicable o a su organización interna, corresponda a la Compañía.

COMPAÑÍA

Significa aquella empresa Falabella de la cual lo que se dice en este documento pueda predicarse para un caso específico.

CLIENTE

Significa las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios.

FALABELLA

Significa: i) Falabella S.A.; ii) toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, iii) toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

ANEXO

DEFINICIONES

LEY DEL CONSUMIDOR

Significa toda ley, o cualquier otra norma legal de rango distinto al de una ley, que establezca y regule los derechos de los Clientes¹.

PROGRAMA DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CLIENTE” O “PROGRAMA”

Significa el sistema organizacional definido para administrar los riesgos de incumplimiento normativo, relacionados con la legislación de protección de los derechos de los Consumidores.

PUBLICIDAD

Significa el mensaje que una Compañía dirige al público para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio.

Clasificación
Uso interno

Fecha aprobación
31/01/19

N° Política
13

Responsable
Gerencia Corporativa de
Asuntos Legales
Operacionales Falabella S.A.

Revisores
Gerencia de Gobernanza
Falabella S.A.

Aprobador
Gerente de Asuntos
Legales Operacionales
Falabella S.A.

POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CLIENTE

FALABELLA

