



**POLÍTICA DE
PROTECCIÓN DE
LOS DERECHOS
DEL CLIENTE**

I. 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 las SODIMAC, como parte de las empresas Falabella, se funda en la satisfacción del Cliente y en su preferencia por los productos y servicios que comercializan, 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, sea de productos o servicios, de SODIMAC, como parte de las Empresas Falabella, deben realizarse cumpliendo y respetando los principios que en esta política se establecen.

II. Objetivo

El objetivo de esta política es establecer los principios por los que deben regirse las Actividades de Venta de SODIMAC, como parte de las Empresas Falabella, para la protección de los derechos del Cliente.

III. Alcance

Esta Política es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a todo Falabella, y Sodimac como parte de las empresas Falabella, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos sus Colaboradores.

IV. Definiciones

Los términos que en esta Política se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1 de este documento.

V. Principios Generales

SODIMAC, como parte de las Empresas Falabella, deberá realizar sus Actividades de Venta dando cumplimiento a los siguientes principios:

5.1 Respeto a la Ley y a los Contratos

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

5.1.2 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.

5.1.3 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.

5.2 Seguridad del Cliente

SODIMAC, como parte de las Empresas Falabella, deberán 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.

5.3 Respeto a la Competencia

Todas las Actividades de Venta deben realizarse respetando a los competidores de SODIMAC 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.

5.4 Respeto 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.

5.5 No Discriminación

Las Actividades de Venta de SODIMAC 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.

5.6 Respeto a la Autoridad

SODIMAC 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, SODIMAC 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 se deberá tenerse en consideración el Procedimiento para Abordar Fiscalizaciones y Visitas Inspectivas de la Autoridad.

5.7 Respuesta al Cliente

SODIMAC 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.

5.8 Publicidad

La Publicidad de SODIMAC deberá efectuarse dando cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Política para la Elaboración de Material Publicitario y Promocional de las Empresas Falabella.

VI. Áreas Prioritarias

En su preocupación por el resguardo de los derechos de sus Clientes, SODIMAC ha reconocido las actividades más expuestas a potenciales riesgos de incumplimiento o infracciones a la Ley del Consumidor, en sus distintas Unidades de Negocio. Dichas actividades son las siguientes: i) cumplimiento de contratos celebrados con los Clientes; ii) requerimientos de garantía por parte de los Clientes; iii) gestión y respuesta de reclamos de Clientes; iv) Publicidad, ofertas, promociones y concursos; v) seguridad de los Clientes; vi) fiscalizaciones de la autoridad, tanto en tiendas, sucursales, oficinas, como en instalaciones de la Compañía; y, vii) 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, en lo que sean aplicables a sus respectivos negocios.

VII. 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.

VIII. 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: i) velar por la correcta y oportuna aplicación de esta política; y, ii) adoptar las medidas que estime 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 Estrategia de Clientes y Marketing; iv) Gerencia de Administración y Finanzas; v) Gerencia de Operaciones; vi) Gerencias de Línea; vii) Gerencia de Seguridad y Prevención de Pérdidas; viii) Gerencias y Jefaturas de Tienda; ix) Administradores de Oficinas; y, x) Gerencia de Sostenibilidad y Compliance. En las Unidades de Negocio que no cuenten con las áreas o funciones específicas antes enunciadas, la alta dirección dispondrá los recursos necesarios para asegurar el cumplimiento de esta política.

IX. 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.

X. 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.

De acuerdo con los principios anteriormente referidos y con la ley, la Compañía y los Colaboradores deben ajustar su conducta a las siguientes disposiciones:

XII. Documentos Relacionados

- Código de EticaAcción de Sodimac.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Programa de Protección de los Derechos del Cliente.
- Política y Modelos de Procedimientos integrantes del Programa de Protección de Derechos del Cliente.

Anexo N°1 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 la Política de Regalos 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 Empresa Falabella 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” i) toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo y/o que preste servicios a honorarios; ii) todo aquel que actúa a nombre de la Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con la misma; y, iii) todos los miembros y asesores del Directorio, consejo de administración o cualquier otro órgano colegiado de administración superior que conforme a la ley aplicable corresponda a la Compañía.

“Compañía” significa SODIMAC o SODIMAC S.A.

“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.

“Empresa 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 de, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, el 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.

“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 Clientes.

“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 clientes.

“Publicidad” significa el mensaje que una Empresa Falabella dirige al público para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio.

“Unidad de Negocio” significa cada uno de aquellos conjuntos de actividades comerciales de las Empresas Falabella constitutivas de una propuesta de valor identificable por el público en general bajo un rubro determinado, como por ejemplo las de tiendas departamentales, mejoramiento del hogar, centros comerciales, servicios financieros y supermercados.