

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, contado 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: La inclusión financiera es uno de los pilares estratégicos del Plan de Impacto de Mibanco - Credicorp y un habilitador clave para reducir brechas y generar oportunidades económicas sostenibles. En línea con nuestro propósito de “nivelar la cancha”, impulsamos soluciones financieras y no financieras que buscan ampliar el acceso, promover el uso adecuado de los servicios financieros y acompañar el desarrollo de emprendedores y sus familias. Durante el 2025, Mibanco contribuyó a la bancarización de 57,632 personas, de las cuales 31,223 fueron mujeres, consolidando nuestro rol como entidad líder en inclusión financiera para las micro y pequeñas empresas. Nuestra estrategia se sustenta en cinco frentes estratégicos: desarrollo de productos inclusivos, fortalecimiento de canales y herramientas, alianzas para la inclusión, modelos de riesgo para no bancarizados y una cultura organizacional orientada al propósito de las microfinanzas. Entre nuestras principales iniciativas destaca Crédito Mujer, producto diseñado para ampliar las oportunidades financieras de mujeres emprendedoras. Durante el 2025, este producto alcanzó a 24,628 mujeres con este producto y permitió bancarizar a 4,610 mujeres, contribuyendo a su autonomía económica mediante el acceso a financiamiento y a la propuesta de valor Mujeres Poderosas, que complementa el crédito con herramientas financieras y no financieras para fortalecer sus capacidades y bienestar. Asimismo, a través de Crediagua, promovemos el acceso a soluciones de agua y saneamiento, impulsando mejoras en la calidad de vida de los hogares y fomentando su incorporación al sistema financiero. En 2025, este programa alcanzó a más de 46 mil personas mediante soluciones orientadas al bienestar familiar y permitió bancarizar a 1,850 clientes. Adicionalmente, desarrollamos iniciativas de inclusión financiera responsable dirigidas a poblaciones tradicionalmente excluidas del sistema financiero. A través de programas como Miconsultor y la Academia del Progreso, fortalecemos las capacidades empresariales y financieras de los emprendedores; mediante Mujeres Poderosas, complementamos la oferta financiera con beneficios y herramientas orientadas al bienestar y desarrollo de las mujeres base de la pirámide; y a través de Mibanco sobre Ruedas, acercamos servicios financieros a zonas con acceso limitado al sistema financiero formal. Estas iniciativas, junto con nuestros productos y canales inclusivos, contribuyen a que más personas puedan acceder, utilizar y beneficiarse de servicios financieros de manera responsable, fortaleciendo así su desarrollo económico y social.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios?	X	
EXPLICACION: Mibanco cuenta con la Academia del Progreso, iniciativa de educación financiera de Mibanco, orientada a fortalecer las capacidades de sus clientes a través de contenidos prácticos, accesibles y gratuitos. Cuenta con dos canales principales: Canal web: Una plataforma digital donde los usuarios pueden acceder a cursos y videos sobre temas como ventas, gestión del negocio, ahorro, entre otros, permitiendo un aprendizaje autogestionado y a su propio ritmo.		

- Canal WhatsApp: Un canal conversacional que ofrece micro cursos interactivos, contenidos personalizados y recomendaciones prácticas, facilitando el acceso masivo a la educación financiera de manera simple, rápida y adaptada al contexto del cliente.
- Ambos canales se complementan para ampliar el alcance, mejorar la experiencia del usuario y promover una educación financiera continua y aplicada.

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: FOCO BANCO: • NPS Al analizar el NPS, se evidencia una diferencia significativa en los dos últimos Q. En Q4-25, los clientes con asesoría alcanzan un NPS de 73, mientras que los clientes sin asesoría registran 49, generando una brecha de 24 puntos. En Q1-26, los clientes con asesoría alcanzan un NPS de 70, frente a 52 sin asesoría, lo que representa una brecha de 18 puntos. • PROVISIONES Al cierre de todo el 2025 se tiene un ahorro de 3.3 millones superando la del 2024 que fue de 3 millones. • CLIENTES CAPACITADOS Al cierre del 2025, se capacitó a más de 517K clientes a través de ambos canales de Academia del Progreso. FOCO CLIENTE: Las capacitaciones de Mibanco tienen un impacto positivo en la vida de los clientes, tanto a nivel financiero como en su bienestar general. El 68% de los clientes declara que su calidad de vida ha mejorado gracias a las capacitaciones. 7 de cada 10 reporta una mejora en su situación financiera, lo que indica que los aprendizajes adquiridos se traducen en resultados tangibles en la gestión del dinero.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Sí. La empresa involucra activamente a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera, principalmente a través de los Asesores de Negocios y Ejecutivos de Banca y Servicio de Soporte Red, quienes actúan como canal de difusión y acompañamiento. Ellos promueven el acceso a los contenidos de la Academia del Progreso y facilitan la participación de los clientes en los cursos, incentivando su aplicación en la gestión de sus negocios. Asimismo, para las sesiones de capacitación a las comunidades, hay colaboradores que participan voluntariamente como facilitadores.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN:		



En Mibanco realizamos estudios de mercado orientados al conocimiento del cliente / usuario y contamos con una estrategia y modelo de medición que nos permite escuchar y gestionar la voz del cliente e identificar este tipo de necesidades y preferencias de contacto.

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: Contamos con una serie de capacitaciones que ahondan en el entendimiento de cómo funcionan los productos y servicios de índole crediticio y financiero, promoviendo una buena salud financiera. Asimismo, contamos con un comité de aprobación y control que revisa y ajusta las comunicaciones previamente a ser enviadas. Asimismo, enviamos materiales de refuerzo y apoyo, y capacitamos a nuestros colaboradores de primera línea para que estén actualizados y preparados siempre para atender y asesorar a nuestros clientes y 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: Como parte del compromiso por cuidar y asegurar el contenido e información que brinda Mibanco a sus clientes, todas las piezas publicitarias desarrolladas son aprobadas previamente por las áreas de Conducta de mercado, cumplimiento y legal. Con ello se asegura la correcta información al usuario y el cumplimiento de los lineamientos de publicidad de productos financieros de la SBS, así como la autorregulación de Asbanc.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Respecto a este último punto, las piezas publicitarias desarrolladas por Mibanco cumplen con lo detallado en el manual de uso de la iniciativa "Hablemos más simple" de esta asociación, con la cual el banco está comprometido como adherente al Sistema de Relaciones con el Consumidor de Asbanc desde su implementación, siendo además sujeto de evaluación y auditoría de manera mensual.		

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:		



La mejora continua en los mecanismos de atención al usuario forma parte de la estrategia y plan de acción anual de Experiencia del Cliente. Los proyectos e iniciativas que se diseñan y ejecutan, impactan en las interacciones de los clientes con los distintos canales de atención en sus diferentes viajes con Mibanco. Estos pueden ir desde el ajuste de un protocolo hasta el cambio en un producto o proceso.

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: En Mibanco contamos con una serie de canales de atención alternativos a nuestra red de agencias, las cuales facilitan el contacto no presencial y permiten realizar una serie de operaciones de manera rápida y segura como el WhatsApp Mibanco, App Mibanco, la red de Agentes BCP, agentes Kasnet, entre otros.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Dentro de nuestro proceso de inducción, contamos con la "Inducción Institucional Modo Mibanco", donde abordamos aspectos como el triple check, es decir que en cada decisión que tomemos, debemos pensar si es bueno para el banco, para el colaborador y para nuestro cliente. Asimismo, enfatizamos que somos una organización que pone al cliente al centro de sus decisiones pues buscamos su desarrollo con el fin de formar parte de su Espiral del Progreso. También tenemos la Inducción Funcional para nuestros compañeros de la red donde les explicamos la importancia de su rol para brindar una experiencia "ya no ya" a nuestros clientes, donde cumplamos con nuestros principios culturales: Asesoramos, Cuidamos, Cooperamos, Innomejoramos y Jugamos Limpio. Ya dentro de la organización, nuestros colaboradores de la red reciben capacitaciones y refuerzos de comunicación para apropiar los protocolos generales y específicos de atención. Además, se trabajan clínicas de experiencia, en donde los compañeros de la primera línea escuchan la voz del cliente y reflexionan sobre las oportunidades de mejora en la atención que les brindan en el día a día.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: Mibanco realiza continuos esfuerzos de concientización, medición y control a todos sus colaboradores con el objetivo de brindar siempre un trato cercano, respetuoso, transparente y personalizado a todos nuestros clientes y usuarios. Contamos con protocolos de atención, capacitaciones presenciales y virtuales, observación en sombra, entre otras iniciativas que se consolidan en un plan de trabajo anual orientadas exclusivamente a estos aspectos de la atención.		

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: Tenemos tres canales para el ingreso de reclamos de nuestros clientes que son: Agencias, Banca por Teléfono y nuestra WEB. Nuestro libro de reclamaciones es virtual que se encuentra en nuestro sistema JIRA. Asimismo, tenemos un SLA interno que mide el tiempo de atención con la finalidad de brindar las respuestas antes del plazo regulatorio.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Las respuestas a los reclamos responden todos los puntos requeridos por clientes y usuarios y se redactan en un lenguaje sencillo y claro para una mayor comprensión.		

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: El equipo de reclamos se mantiene cercano a las áreas que tiene mayor cantidad de reclamos para trabajar la causa – raíz de los reclamos. Asimismo, de manera trimestral informamos a nuestra gerencia general los reclamos atendidos y las oportunidades de mejora que se vienen realizando desde diferentes frentes para mitigar las posibles causas de reclamos detectados.		

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: En Mibanco utilizamos técnicas de co-creación para el diseño de nuevos productos y servicios, con esta práctica aseguramos que los productos y servicios ofrecidos cubran las necesidades de nuestros clientes; así mismo, tenemos encuestas para medir la satisfacción de nuestros clientes por los productos, servicios y canales que ponemos a su disposición.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: En Mibanco hemos tenido campañas como "Juguemos Limpio", donde buscamos que nuestros colaboradores durante la venta de productos y servicios atiendan la necesidad real del cliente, respetando las normas operativas establecidas para cada		



producto sin alterarla, flexibilizarla o distorsionarla y siempre debe estar acompañada de un correcto asesoramiento. Esta iniciativa se formaliza con la aprobación de nuestra Política de Venta Responsable vigente desde noviembre del 2021.

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: Nuestros clientes pueden hacer el pago anticipado de sus créditos en cualquiera de nuestras agencias a nivel nacional incluyendo las oficinas compartidas con el Banco de la Nación además hemos incorporado el canal digital (APP Mibanco) y agentes Kasnet. Es importante para nosotros que el cliente conozca los beneficios de realizar pagos anticipados por ello hemos publicado en nuestra página web y en nuestras agencias información importante sobre el derecho del cliente a realizar pagos anticipados y el procedimiento para ejecutarlos; asimismo, nuestros colaboradores están constantemente capacitados sobre los procedimientos y la forma de asesorar al cliente al momento de solicitar el pago anticipado de sus créditos.		

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: Todos nuestros clientes tienen derecho a solicitar en cualquier momento la resolución del contrato suscrito con Mibanco y lo pueden realizar en cualquiera de nuestras agencias a nivel nacional, bastando para ello que el cliente cancele todas sus obligaciones derivadas del Contrato y recibirá la orientación del Asesor de Negocios o Personal de Operaciones de la agencia quienes le proporcionaran la liquidación total de su deuda.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: La empresa, a través de su Reglamento Interno y Política de Venta Responsable, regula todas aquellas actividades que se encuentran permitidas y/o prohibidas y que son de estricto cumplimiento por parte de los colaboradores del banco. En ese sentido, la Gerencia de Prevención e Investigación de Fraudes, la División de Auditoría Interna y la Subgerencia de Conducta de Mercado, en coordinación con los líderes directos, realizan revisiones permanentes con la finalidad de tener alertas tempranas sobre cualquier práctica inadecuada y adoptar las medidas correctivas que correspondan.		

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:		



Sí, Mibanco pone a disposición de sus usuarios recomendaciones y consejos sobre el buen uso de sus productos y servicios a través de distintos canales, como, por ejemplo, a través del documento "Información referida a Beneficios, Riesgos y Condiciones del producto o servicio financiero" que detalla información complementaria a la brindada a través de los documentos contractuales, dicho documento se encuentra publicado tanto en la página web como en Manual de Transparencia de la agencia.

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: Desde el área de Prevención e Investigación de Fraudes, evaluamos periódicamente la efectividad de los controles implementados para detectar, prevenir y mitigar el fraude bancario. Este proceso incluye el monitoreo continuo de tendencias de fraude, la evaluación de indicadores de gestión y la implementación de mejoras orientadas a fortalecer el entorno de control. Asimismo, realizamos investigaciones que permiten identificar riesgos y vulnerabilidades en procesos y personas, promoviendo acciones preventivas y la mejora continua de la gestión del riesgo de fraude. Mibanco mediante la Gerencia de Seguridad Física, procede con rondas de verificación y capacitación del servicio de vigilancia y también realizamos pruebas diarias del sistema de Alarmas y CCTV.		

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: Si, el banco ha establecido controles con la finalidad de asegurar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información a través de controles preventivos, detectivos y correctivos. El esquema de seguridad del banco está determinado principalmente en base a los siguientes marcos de seguridad: • Framework de Ciberseguridad Corporativo: Marco que consolida los principales estándares de la industria de Ciberseguridad. Se ha identificado el nivel de madurez objetivo de 2.80 (en una escala que va de 0 a 5) que debe alcanzar el Banco en base a este marco de referencia en diciembre 2026. Como resultado de esta evaluación se han definido proyectos y actividades de control que permiten asegurar el cumplimiento de los niveles alcanzados. Asimismo, se realiza el seguimiento continuo para asegurar la efectividad oportuna de los controles implementados. • Reglamento de Seguridad de la Información y Ciberseguridad – Resolución SBS N° 504-2021: Se establecen los principales controles de seguridad y marco de gestión para la Seguridad de la Información y Ciberseguridad. • PCI-DSS: Se establecen controles para la protección de los datos de tarjeta que procesan, transmiten y almacenan en el ecosistema digital del banco. Como parte de la implementación, se han definido proyectos y actividades de control que permiten mantener el cumplimiento de dicho estándar. Adicionalmente, se considera la LPDP como marco de cumplimiento para la protección de datos personales que gestiona el Banco y que se incluye de manera transversal en el Programa de Seguridad de la Información y Ciberseguridad.		

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:		



Mibanco, cuenta con un marco normativo, a través de Manuales, que incorporan la regulación sobre Protección al Consumidor, Conducta de Mercado y regulación pertinente, el cual a través de alertas del Área de Cumplimiento y el Área Legal, se incorpora y actualiza constantemente.

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: Los procedimientos de Cobranza de Mibanco son monitoreados de forma recurrente por el área de Auditoría Interna y el área de Riesgo Operativo, así como por los Auditores Externos.		

