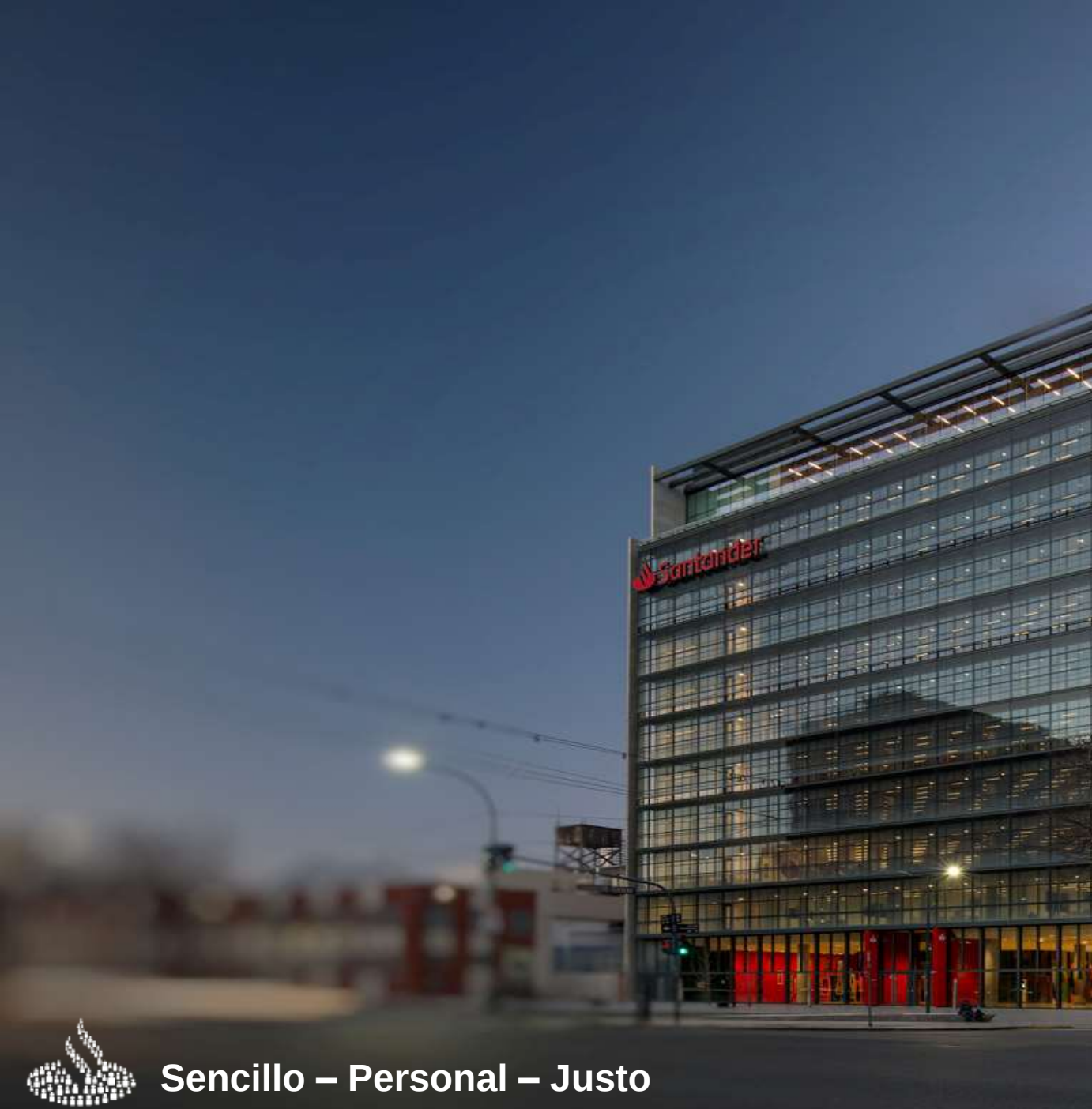




Santander Consumer

Memoria Anual 2022



Sencillo – Personal – Justo



Pienso en el cliente



Impulso el cambio



Actúo con rapidez



Trabajo en equipo



Hablo abiertamente

Declaración de responsabilidad

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Empresa de Créditos Santander Consumo Perú S.A. durante el año 2022. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

Marzo 2023

Carlos Morante Ormeño

Gerente General



Contenido

- 4 Informe del Presidente del Directorio y del Gerente General
- 12 Santander Consumer Perú
- 15 Entorno Económico y Sistema Financiero
- 19 Sector Automotriz
- 23 Desempeño del Negocio
- 28 Estrategia Comercial
- 35 Situación Financiera
- 41 Gestión Financiera
- 44 Gestión de Riesgos
- 52 Transformación Digital
- 55 Gestión del Talento Humano





Informe del Presidente del Directorio y del Gerente General

Señores Accionistas,

En un entorno de incertidumbre política y económica, durante el 2022 el PBI creció 2.7%, la demanda interna 2.3% y la venta de vehículos livianos se incrementó en 1.6% (recuperando los mismos niveles que el 2019). En este contexto retador, Santander Consumer afianzó el liderazgo del mercado automotriz con 31.4% de Market Share, ayudando a más de 14 mil familias en el Perú a realizar el sueño del auto propio.

Este liderazgo fue acompañado con resultados muy importantes: la cartera de créditos vehiculares tuvo un crecimiento de 38%, durante el 2022 se desembolsaron 25,358 operaciones, lo que ascendió a un stock de cartera total USD 221MM aproximadamente (90% vehicular y 10% consumo en saldo). Lo anterior contribuyó al crecimiento del margen ordinario bruto por 37%. Este crecimiento fue rentable y sólido, con un ROA de 1.3%, y con una cobertura de provisiones de cartera de 130%. Estos resultados extraordinarios fueron también acompañados de un adecuado desarrollo de nuevos negocios y canales, herramientas de data analytics y risk based pricing, diversificación de fondeo, fomento de negocios sostenibles y gestión de talento.

Alcanzamos el objetivo de consolidarnos como la mejor financiera de créditos vehiculares en el mercado peruano, oferta robusta wholesale y retail automotriz. A nuestros principales aliados, Astara, General Motors, Nissan, Gildemeister, Derco, Euromotors, Divemotors y Amicar se incorporó Ford como alianza de primera opción. Estas alianzas con las mejores empresas del rubro en el país y el mundo ayudaron a consolidar a Santander Consumer como la financiera de créditos vehiculares con mayor número de alianzas de primera y segunda opción en el mercado.

En Neoauto, lideramos la captación de créditos on-line y nos mantenemos como E-Market Place #1 del sector automotriz con alrededor de 1.7 millones de visitas mensuales. Contamos con un equipo dedicado a la colocación de créditos de autos usados donde mantenemos un market share por encima del 30%.

Para acompañar el liderazgo y crecimiento de nuestra financiera, uno de los mayores retos del 2022 fue la diversificación de fondeo dado el contexto inflacionario y subida de tasas de interés a nivel global. Logramos incrementar las líneas de créditos con bancos locales y del exterior; además de la inscripción de un segundo programa de Instrumentos de corto. Las empresas de clasificación de riesgos nos han otorgado la calificación de CP-1+ por Apoyo & Asociados y de ML A-1.pe por Moody's Local Perú. Adicionalmente nuestro programa de Bonos Corporativos cuenta con la clasificación de AA+ por Apoyo & Asociados y Pacific Credit Rating.

Carta del Presidente

Respecto a la gestión de riesgos y provisiones, los portafolios de crédito vehicular y 3era categoría nos han posicionado como líderes del mercado vehicular con niveles adecuados de riesgo.

En Santander Consumer hemos impulsado la renovación del parque vehicular, el financiamiento de vehículos híbridos y eléctricos, además recibimos la 1ra y 2da estrella de huella de carbono Perú, emitida por el Ministerio de Ambiente, certificación que valida las buenas prácticas a favor del cuidado del medio ambiente. Uno de los programas de mayor aporte al medio ambiente ha sido la siembra de 1 árbol por cada vehículo financiado. Así mismo el 10% de nuestros clientes han sido reincorporados al sistema financiero

En gestión del talento hemos incrementado la capacitación del personal, el desarrollo de planes de carrera, así como las mejoras en Great Place to Work donde por primera vez la empresa se certificó como uno de los mejores lugares para trabajar en nuestro país.

En nombre del directorio de la empresa, quiero expresar mi agradecimiento al Gerente General, al comité de dirección y a todos nuestros empleados, socios y clientes por su colaboración y apoyo durante este año desafiante. Esperamos con optimismo el próximo año y estamos seguros de que juntos podemos continuar enfrentando cualquier reto que se presente.



Juan Pedro Oechsle Bernos

Presidente del Directorio

Mensaje del Gerente General

El año 2022 fue un año de muchos cambios y muy retador para el equipo de Santander Consumer. Nos tocó trabajar en diversos frentes para lograr armar un plan de transformación importante y consolidar nuestro liderazgo en créditos vehiculares. El equipo venía de un 2021 producto del resultado de haber pasado por un período de pandemia y viendo que cumplíamos un hito de 10 años desde su creación. El comité de Gerencia decidió trabajar en cuatro frentes importantes: primero reforzar el negocio de consumo el cual demandaba cambios inmediatos en el modelo de negocios y sus procesos. Segundo decidimos ser más fuertes y competitivos en el segmento de pequeñas empresas y renta de tercera. Como tercer frente nos tocó trabajar en las tareas de penetración de la venta de carros nuevos de nuestros concesionarios aliados. Y finalmente empezar las iniciativas para abordar el mercado de seminuevos.

Aparte de estos cuatro frentes de trabajo nos tocó diseñar el proceso de transformación de las operaciones de tecnología no solamente para procesar nuestros créditos sino también para manejar mejor nuestros riesgos y la administración financiera de la empresa. El equipo tomó la firme decisión de armar un plan de transformación de Santander Consumer donde hicimos planes para implementar un sistema administrativo y contable nuevo, un sistema central de procesamiento de créditos (sistema core), un motor de decisión de riesgos, y un sistema o aplicativo de ingreso de solicitudes para manejar en las tiendas y en nuestros canales virtuales.

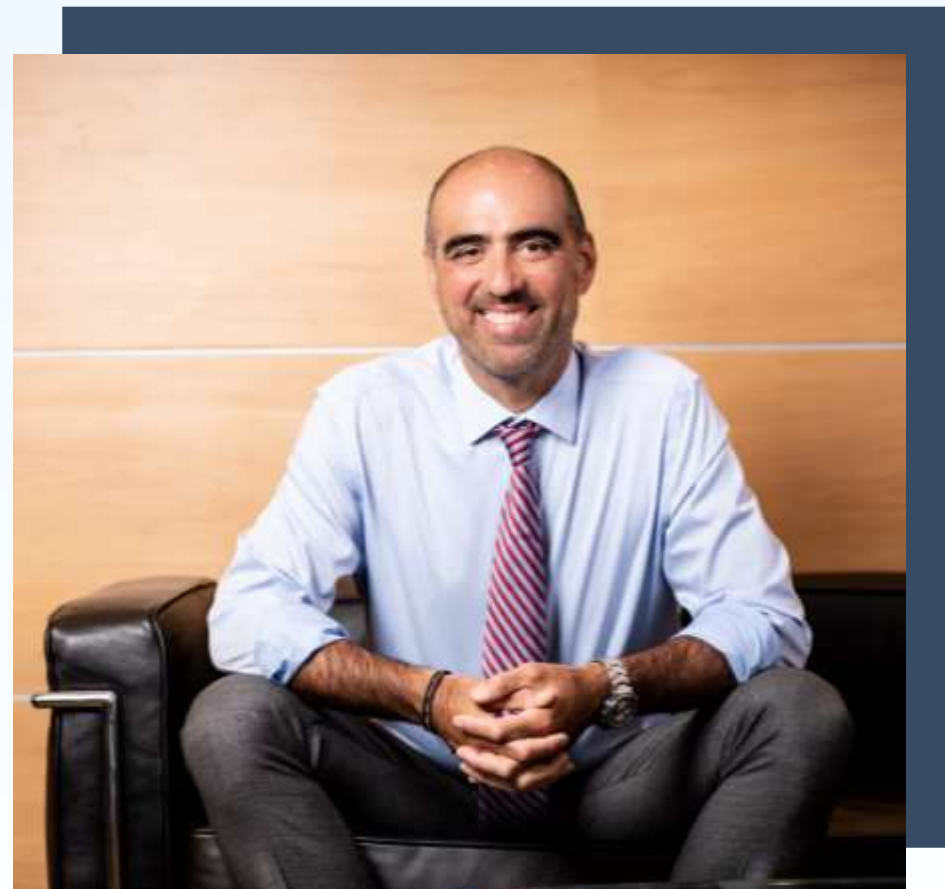
Luego de 12 meses podemos decir que hemos avanzado satisfactoriamente en la mayoría de las tareas que nos propusimos. En consumo tomamos la firme decisión de mejorar la calidad crediticia de lo que hacíamos y reducir al mínimo nuestro negocio en ese segmento. En los créditos de renta de tercera pasamos de hacer menos del 10% de los créditos a hacer más del 25% de los nuevos desembolsos durante los últimos 9 meses del año. En la penetración de la venta logramos con nuestro principal aliado mejorar 25% la penetración lo cual nos dio una importante ventaja y mejores resultados en nuestras cuentas compartidas con el socio. En el frente de seminuevos hemos revisado nuestra alianza con Neo Autos y empezar a diseñar las sinergias con ese canal y también hicimos cambios en los equipos para diseñar nuevos procesos en el producto de seminuevos. En este último nos queda una tarea pendiente que es claramente incrementar el número de unidades financiadas por Santander Consumer. Tenemos que mencionar que a lo largo del año 2022 el equipo tuvo la capacidad de mantener el liderazgo en unidades financiadas de créditos vehiculares nuevos en el mercado peruano. Con gran satisfacción vimos que eso nos posicionó adelante de nuestra competencia principal y nos hizo ver otras oportunidades de mejora que el equipo tiene que continuar trabajando para poder sostener nuestras capacidades.

En el último trimestre del 2022 comenzamos los cuatro proyectos de transformación de la empresa luego de haber pasado por un proceso de selección exhaustivo con distintos proveedores de servicio. Puedo anticipar que el proceso de selección fue muy bien trabajado por todas las partes incluso abordado por distintos frentes y equipos de trabajo no solo de Perú sino de la región. El sistema administrativo y contable, o ERP, empezó primero. Como sistema central de procesamiento de créditos escogimos a un proveedor de Uruguay conocido en el sistema financiero peruano por su producto BANTOTAL. Para el motor de decisión de riesgos escogimos junto con la región a la empresa GDS MODELLICA. Finalmente decidimos trabajar internamente nuestro aplicativo para la venta de créditos en el concesionario o en los canales virtuales, seguros de que el equipo diseñará algo a la medida de nuestras necesidades y que servirá para consolidar nuestro liderazgo.

Mensaje del Gerente General

El resultado de las buenas acciones de todo el equipo generó que el saldo de stock de cartera creciera USD 89.4MM, representando un aumento del 38% comparado al año anterior. Santander Consumer Perú pasó a ocupar el primer lugar en participación de mercado de créditos automotrices del 25% al 31%, financiando 1 de cada 3 vehículos en todo el Perú. Los resultados del negocio de consumo produjeron mas provisiones de lo esperado y el negocio automotriz dio un crecimiento anual en utilidades netas de 22%, que nos permitió generar un resultado de USD 8.2MM. El ROE y ROA alcanzaron el 9.6% y 1.3% respectivamente.

Dejo para el final lo más importante y es el trabajo que hemos hecho con nuestro talento. Pasamos en septiembre por una evaluación de clima laboral donde mejoramos 10 puntos porcentuales nuestro resultado anterior. Tuvimos muy buenos resultados en nuestras auditorias y visitas del regulador. Hemos hecho cambios en el organigrama y en la forma de trabajo que nos está permitiendo una mejor dinámica interna en el equipo y que nos permite retar más a todos para que vean con humildad que todavía hay muchas cosas por mejorar. Estamos seguros de que contamos con el apoyo de nuestro presidente y el directorio y que vamos a lograr muchas cosas más en el sector automotriz y eso permitirá consolidar a Santander Consumer como un referente en la región.



Carlos Américo Morante Ormeño

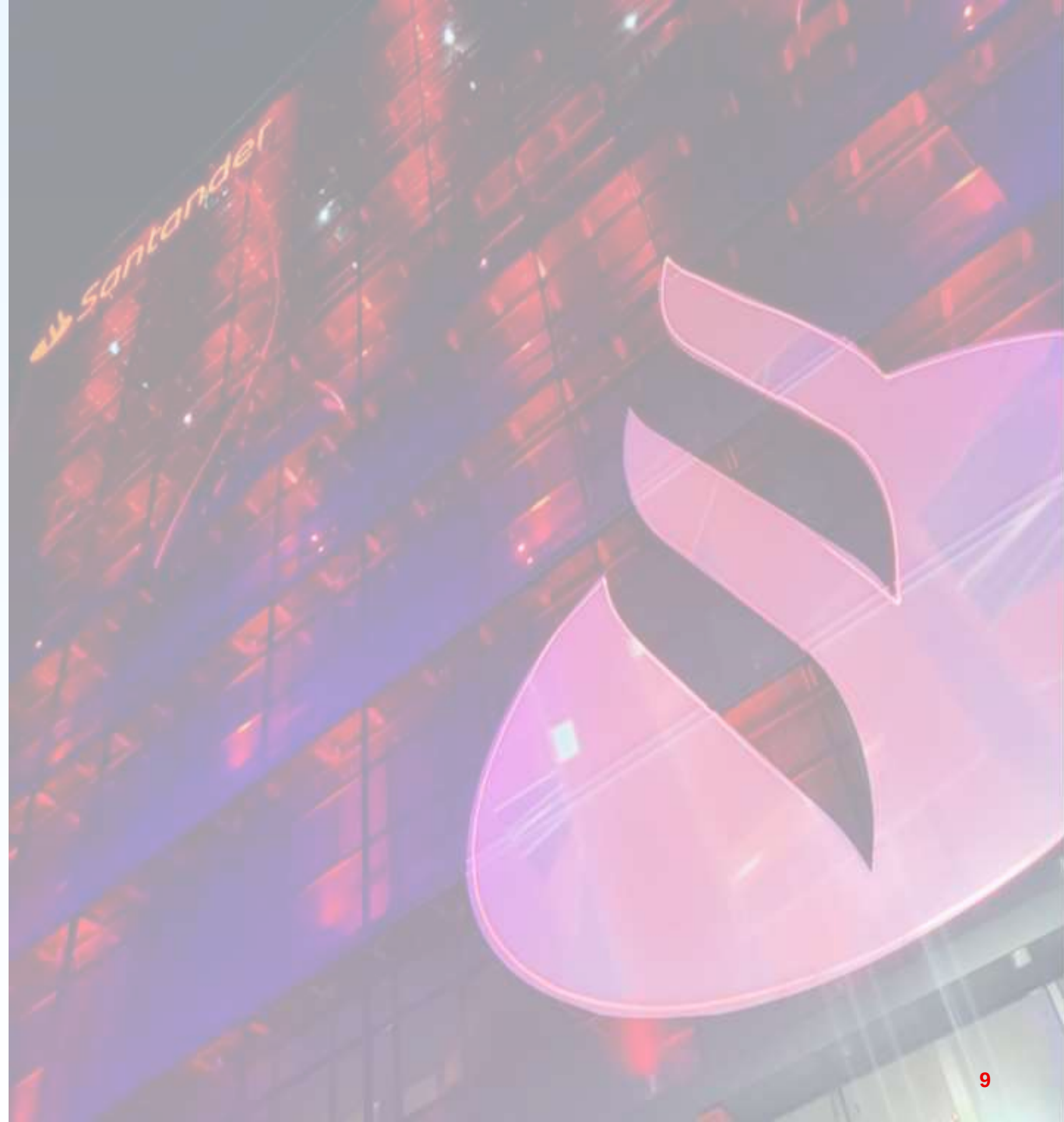
Gerente General

Directorio

- Juan Pedro Oechsle Bernos
- Diana Elizabeth, Pastor Horna
- David Gonzalo Rose
- Juan Carlos Chomali Acuña
- Felix Javier Arroyo Rizo
- Christian Esteban Ponce
- Angel Vares Torres
- Carlos Américo Morante Ormeño
- Presidente del Directorio
- Director
- Director
- Director
- Director Independiente
- Director Suplente
- Director Suplente
- Director Suplente

Plana Gerencial

- Carlos Américo Morante Ormeño
- Juan Pablo Yzaguirre
- Renato Manuel Estrella Chavez
- Patricia Cecilia Medranda
- Augusto Gayoso Ramírez
- Guillermo Ramírez Sologuren
- Ilich Ivan Asencios Flores
- Katia Cecilia Zegarra Aliaga
- Gerente General
- Gerente Corporativo Automotriz y Distribución
- Gerente de Riesgos
- Gerente de Business Support
- Gerente de Operaciones y Compliance
- Gerente de Innovación y Transformación Digital
- Gerente de Finanzas y Estrategia
- Gerente de Inteligencia Comercial



Mejor Banco Digital Latam

Mejor Banco para Pymes

Mejor Banco Finanzas Sostenibles

1ER Banco europeo por capitalización bursátil

Mejor Banco Inclusión Financiera

Dow Jones Sustainability Index

Top 25 GPTW Global

Top 100 marcas Global

203M Empleados

9,134 Oficinas

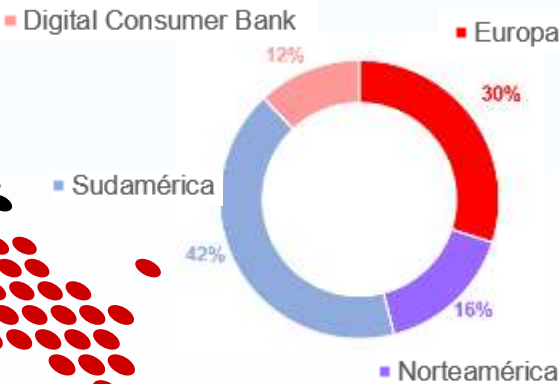
160MM Clientes

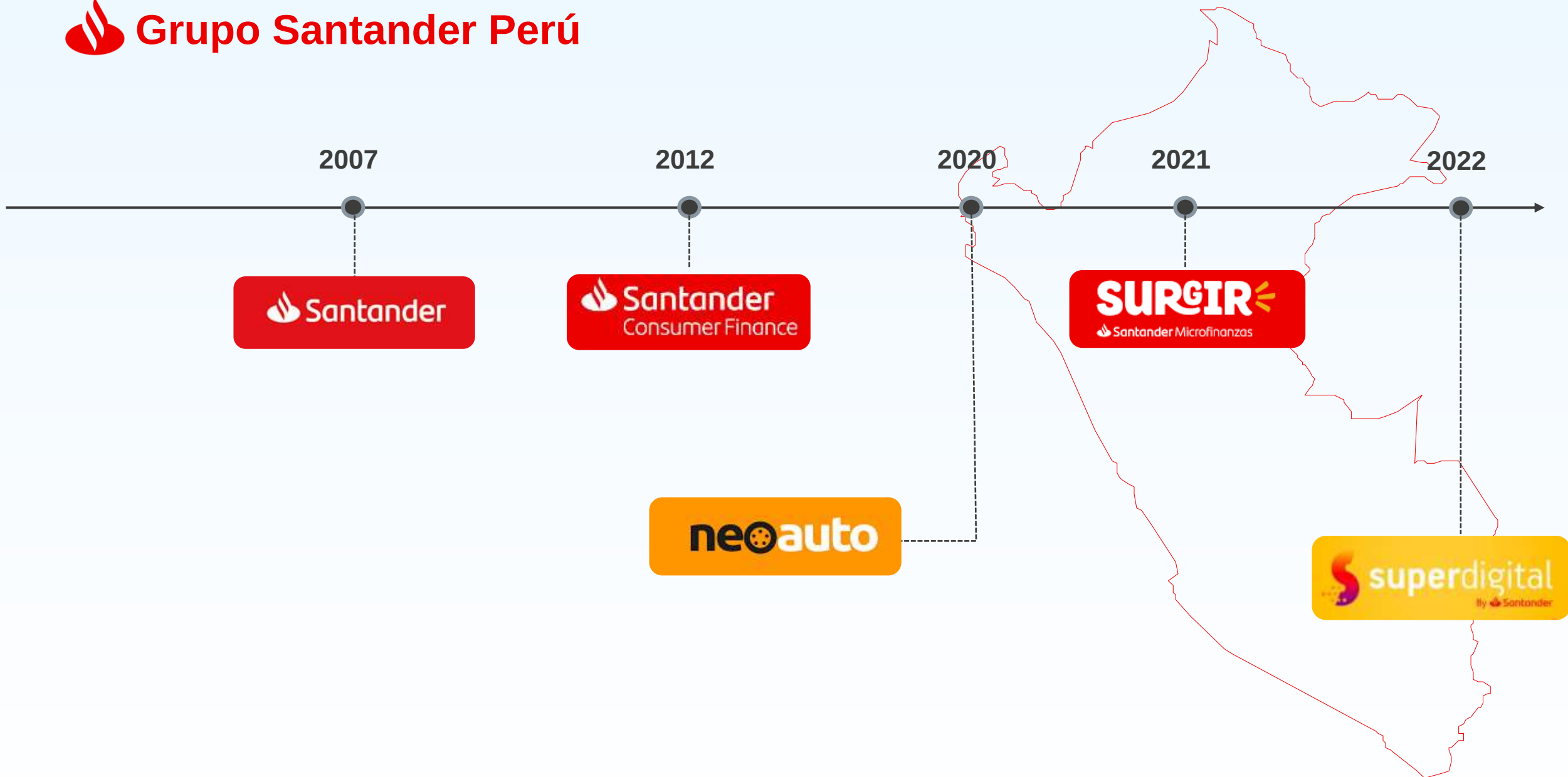
Santander Global



EUR 9,605 MM BNeto Dic-22

3.9 MM Accionistas







Santander Consumer Perú



Datos Generales

- Desde Noviembre del 2012, la Empresa de Créditos Santander Consumo Perú S.A. (antes Edpyme Santander Consumo Perú S.A.) se dedica al financiamiento para la compra de vehículos automotores a través del otorgamiento de créditos
- Banco Santander S.A., subsidiaria del Grupo Santander España, es el accionista mayoritario de la Empresa de Créditos Santander Consumo Perú S.A. que, desde el 2019, cuenta con 100% de participación en el accionariado
- La compañía es regulada por la SBS desde el 2015 y por la SMV desde el 2017. Asimismo, cuenta con un programa de Instrumentos de Corto Plazo vigente por PEN 500MM y un programa de Bonos Corporativos por PEN 400 MM.
- Empresa de Créditos Santander Consumo Perú S.A. fortalece su posición en el mercado de préstamos vehiculares a través de diversos convenios, entre ellos: Alianza estratégica con Grupo Astara (antes SKBergé), NeoAutos, Nissan, General Motors y Amicar que representan el 71% del MS.
- Primeros del mercado de créditos vehiculares con 33% de MS de desembolsos en 2022 (Fuente AAP)
- Oficina principal: Avenida Rivera Navarrete N°475, Int. 1502, San Isidro, Lima, Perú.
- Página web: www.santanderconsumer.com.pe

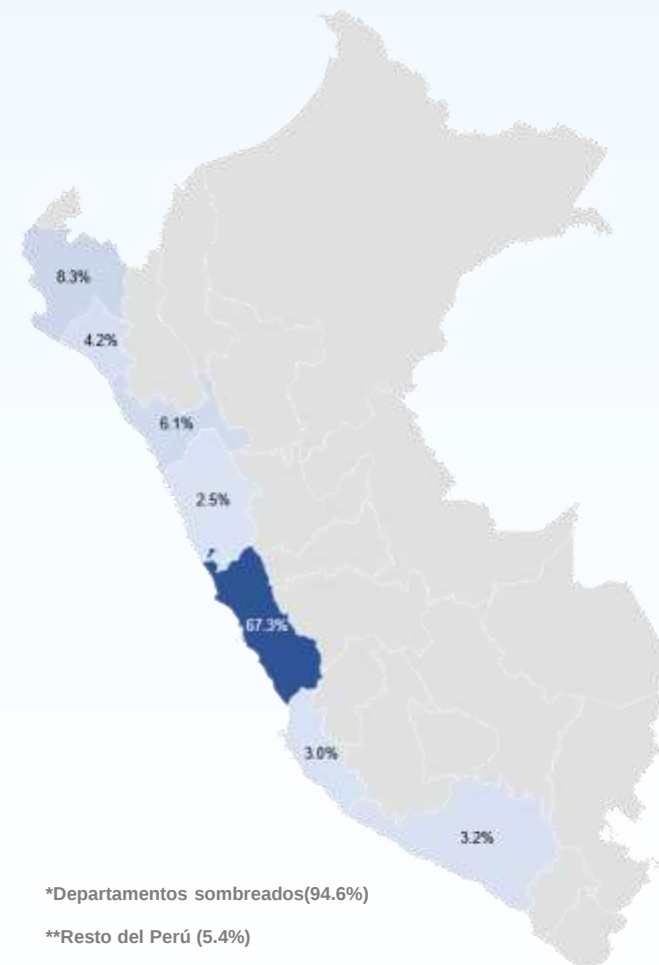
Principales indicadores 2022

Cartera	Beneficio	ROTE	RORWA	Cobertura
S/ 1,227MM	S/ 14.3MM	11.4%	2.0%	130%

Rating Clasificadoras de Riesgo (clasificaciones más recientes)

Apoyo (ICP): CP-1 +	Apoyo (BC): AA+
Moody's (ICP): ML A-1.pe	PCR (BC): AA+
PCR (FF): A	Moody's (FF): A-

Reconocida presencia en el Perú



**Certificación
Great Place
to Work
2022**

**ROTE
11.4%**

**RORWA
2.0%**

**Primer Puesto en
desembolsos de
créditos vehiculares
a diciembre 2022
*Fuente AAP**



**Beneficios por
PEN 14.3MM**

**Creación del
Programa
Lideres del
Futuro y
Lideres +**

**Renovación
Certificación
Antisoborno
Empresarios
por la
Integridad**

**Proyectos de
Transformación
Digital**

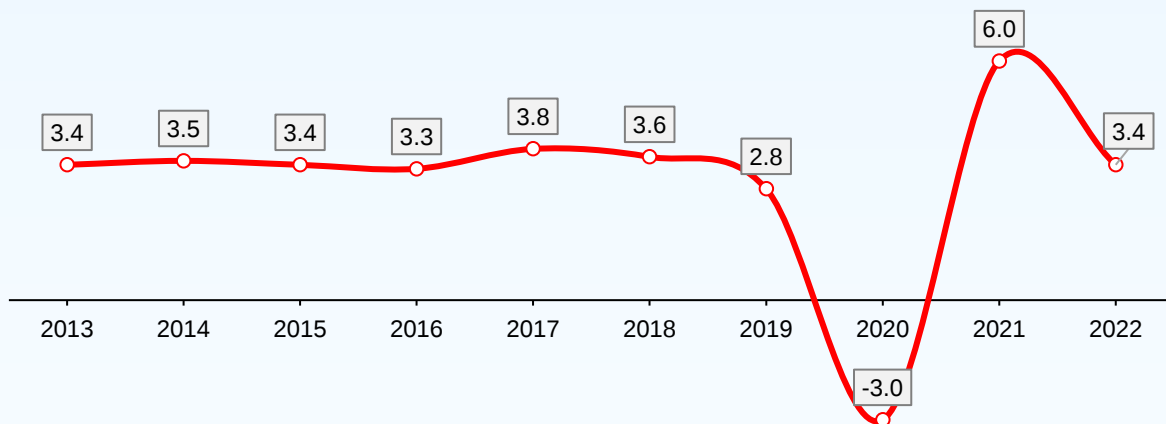


Entorno Económico Mundial y Local



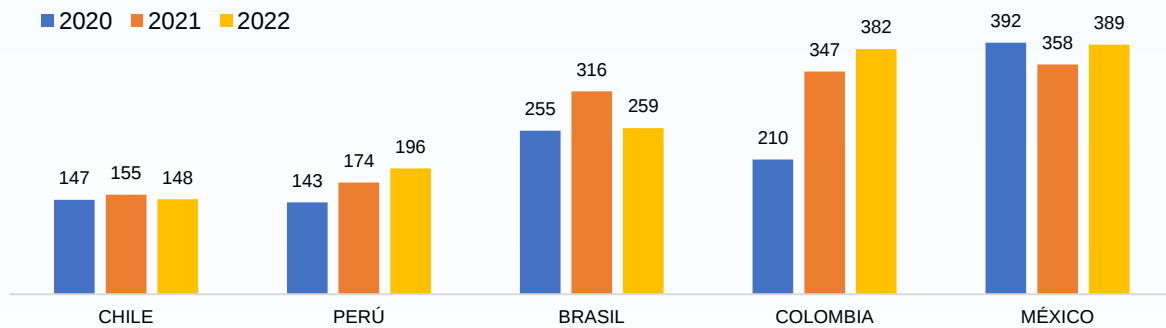
Aspecto Macroeconómico Mundial

Variación Porcentual del PBI Mundial



Fuente: FONDO MONETARIO INTERNACIONAL – Elaboración propia

EMBIG (Variación en pbs)



Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – Elaboración propia

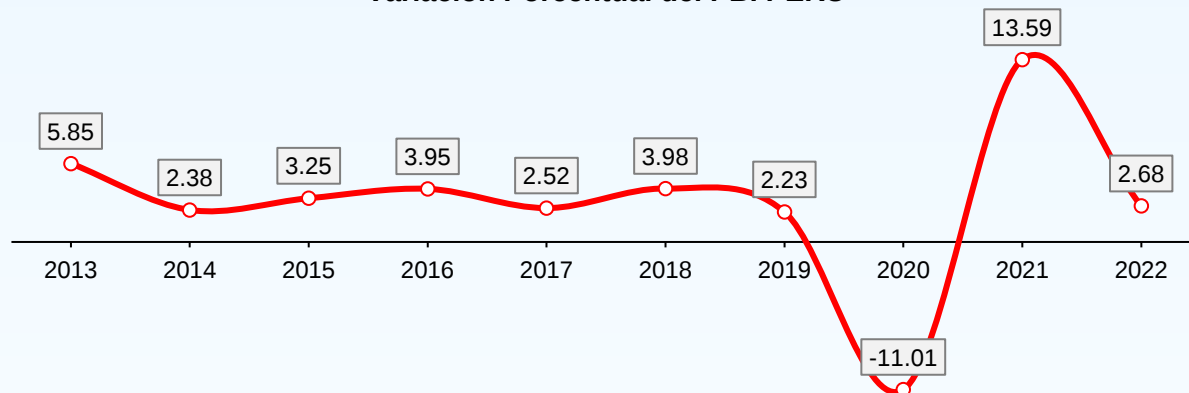
- De acuerdo a las proyecciones del Fondo Monetario Internacional, La actividad económica mundial está experimentando una desaceleración generalizada y más acentuada de lo previsto, con la inflación más alta registrada en varios decenios. La crisis del costo de vida, el endurecimiento de las condiciones financieras en la mayoría de las regiones, la invasión rusa de Ucrania y la persistencia de la pandemia de COVID-19 han incidido notablemente en las perspectivas. Según los pronósticos, el crecimiento mundial se desacelerará de 6,0% en 2021 a 3,4% en 2022 y 2,9% en 2023. Exceptuando la crisis financiera mundial y la fase aguda de la pandemia de COVID-19.
- Se pronosticó que la inflación mundial aumente de 4,7% en 2021 a 8,8% en 2022, para luego descender a 6,5% en 2023 y 4,1% en 2024. Para contener la inflación se debe mantener el curso de política monetaria para restaurar la estabilidad de precios, y la política fiscal debe procurar aliviar las presiones sobre el costo de vida, manteniendo una orientación lo suficientemente restrictiva para que esté alineada con la política monetaria. Para contribuir más a la lucha con la inflación se puede recurrir a reformas estructurales que mejoren la productividad y alivien las restricciones sobre la oferta, en tanto que la cooperación multilateral es necesaria para acelerar la transición a la energía verde y evitar la fragmentación.
- Desde 2021, la inflación ha aumentado más rápida y persistentemente de lo previsto. En 2022, la inflación en las economías avanzadas alcanzó su tasa más alta desde 1982. Aunque la inflación es un fenómeno amplio, que afecta a la mayoría de las economías del mundo, su impacto más agudo tiene lugar en los grupos de menor ingreso de las economías en desarrollo. En esos países, hasta la mitad del gasto de consumo de los hogares es en alimentos, lo cual significa que la inflación puede tener repercusiones particularmente graves en la salud y el nivel de vida de los seres humanos.
- En el Perú, el Banco Central de Reserva de Perú inició con la tendencia de subida de tasas de manera progresiva a partir del mes de agosto 2021 de 0.25% a terminar en los niveles de 7.50% al cierre del 2022.
- La turbulencia económica internacional ha ocasionado una incertidumbre en la cual, los pronósticos de las inversiones para el 2022 se encuentran en revisión constante. A nivel regional, el riesgo país (EMBI) se ha vuelto clave en medio de un tercer shock económico, denominado así por el Fondo Monetario Internacional. De acuerdo al índice EMBI de riesgo país, **Uruguay** es el país con el menor riesgo país en la región con 1.07%, seguido por **Chile** con 1.54% y **Perú** con 1.90%. En promedio, la región de Latinoamérica presenta un EMBI de 4.35%.

Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI)



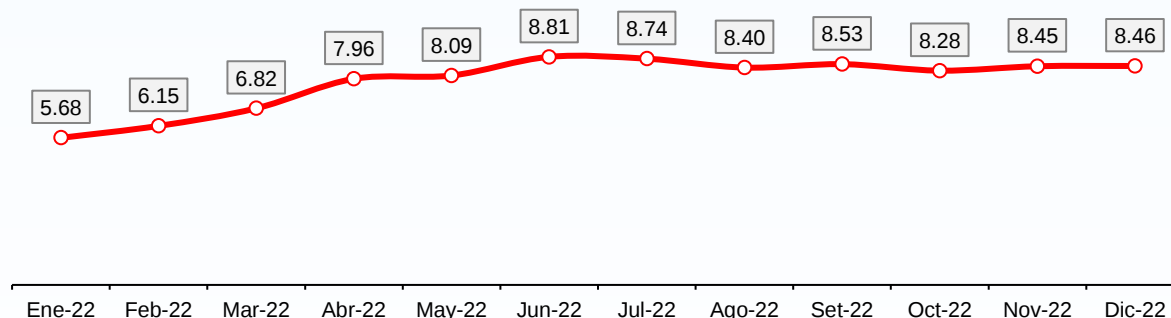
Aspecto Macroeconómico del Perú

Variación Porcentual del PBI PERÚ



Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – Elaboración Propia

INFLACIÓN
(Variación porcentual últimos 12 meses)



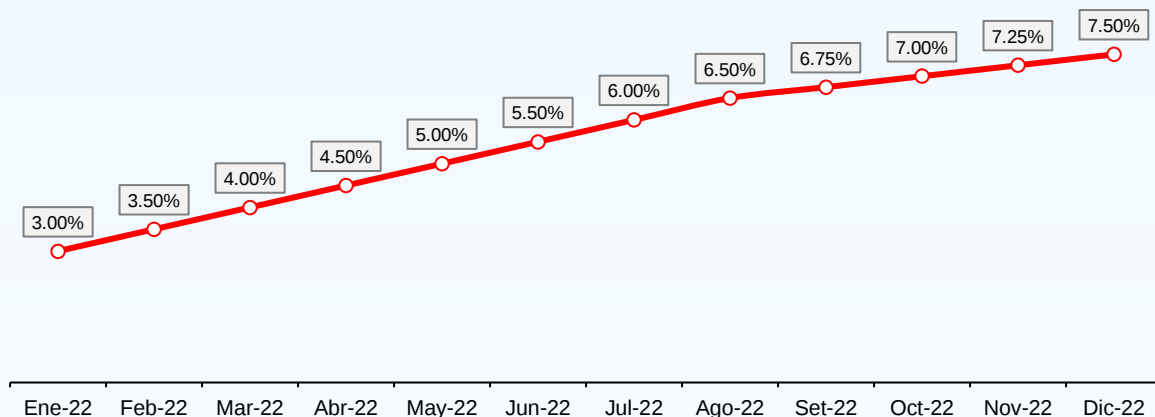
Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – Elaboración Propia

- Debido al mayor aporte de los sectores alojamiento y restaurantes, transporte y almacenamiento, comercio, agropecuario, construcción y otros servicios, el producto bruto interno (PBI) del Perú registró un crecimiento de 2.68% el año 2022, informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). La tasa anual registrada evidencia una desaceleración del crecimiento económico, explicado en parte por la aguda situación que atraviesa el país en el aspecto social, acompañada de rezagos de la pandemia.
- En el 2022, el sector que registró la mayor expansión fue el de alojamiento y restaurantes con 23.17%. El avance registrado por el segmento restaurantes se sustentó por la mayor concurrencia de consumidores por fiestas de fin de año, buena acogida de menús con apoyo de medios digitales, presentaciones de platos especiales por fecha navideña, marketing mediante redes sociales, ferias gastronómicas, show musical en vivo y descuentos mediante la obtención de membresía en plataformas del servicio delivery.
- La tasa de inflación anual del IPC se ubicó por encima de la meta de inflación del BCRP. En cuanto a los precios al consumidor de Lima Metropolitana, se detalló que el incremento de 8,46 % fue determinado, principalmente, por el alza en los precios de las divisiones de consumo alimentos y bebidas no Alcohólicas (15,21 %), transporte (11,30 %), restaurantes y hoteles (9,49 %) y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,23 %).
- También se incrementaron los precios de bienes y servicios diversos (6,66 %), recreación y cultura (6,66 %), salud (4,84 %), educación (3,92 %), bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (3,78 %), muebles, artículos para el hogar y conservación ordinaria del hogar (3,49 %), prendas de vestir y calzado (2,46 %) y comunicaciones (1,44%).
- Durante el año 2022, subieron los precios de 534 de los 586 productos que componen la canasta familiar, mientras que 35 bajaron y 17 no reportaron variación.
- Durante el transcurso de todo año 2022 el Banco Central de Reserva del Perú empezó con la subida de la tasa de interés de referencia, la cual se incrementó desde 3.0% a Enero 2022 y cerró el año en 7.50%. Estas medidas fueron tomadas continuando con los ajustes de la posición de política monetaria. El aumento significativo de los precios internacionales de energía y alimentos desde la segunda mitad del 2021, acentuado por conflictos internacionales, ha conllevado a un fuerte incremento de las tasas de inflación a nivel mundial no vistas en muchos años y hacia niveles significativamente superiores a los rangos meta de inflación de los bancos centrales, tanto de economías avanzadas como de la región. En dicho escenario, los incrementos en la tasa de referencia son necesarios para el control de la inflación.



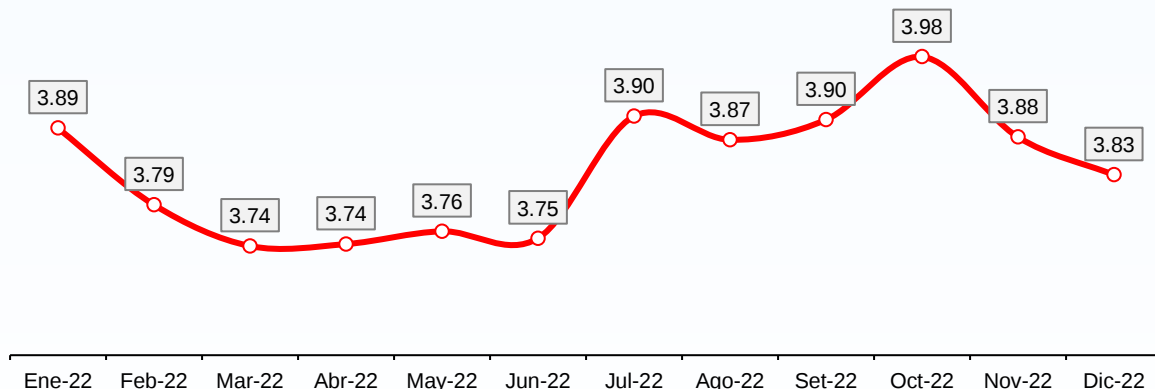
Aspecto Macroeconómico del Perú

Tasa de Referencia de la Política Monetaria BCRP



Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – Elaboración Propia

Tipo de Cambio Bancario Promedio (S/ por USD)



Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ – Elaboración Propia

- El 2022 se inició con un tipo de cambio de S/3.98 por dólar, el valor más alto de apertura de un año desde 1991, cuando se empezó a utilizar el sol peruano. Pese a la alta incertidumbre que caracterizó al mercado cambiario en los 12 meses siguientes, la moneda peruana mostró una clara resiliencia y mantuvo una tendencia a la baja. Así, el tipo de cambio cerró el año en S/3.81 por dólar, 4.2% por debajo de su valor al cierre del 2021.
- El 2022 fue un año caracterizado por una alta incertidumbre, tanto política como económica, que afectó al mercado cambiario. En febrero, la invasión rusa a Ucrania se reflejó rápidamente en una mayor volatilidad del tipo de cambio, la cual se elevó en ese mes a niveles similares a los observados durante el período electoral 2021. Luego, en marzo, la Reserva Federal de Estados Unidos empezó a incrementar su tasa de interés de referencia con el objetivo de controlar la alta inflación, lo que fortaleció al dólar a nivel mundial y añadió presión sobre nuestra divisa.
- Pese a ello, durante el primer trimestre del 2022, el tipo de cambio mantuvo una tendencia a la baja, en línea con otros países de la región. Recién a partir de abril se observó una fuerte devaluación del sol con respecto al dólar producto de los conflictos sociales y la propuesta de convocar un referéndum para formar una asamblea constituyente. Así, el tipo de cambio alcanzó un máximo de S/3.85 a fines de abril. No obstante, este regresó a sus niveles previos tras el archivamiento de dicho proyecto de ley en junio.
- Durante el segundo semestre del 2022, las variaciones en el mercado cambiario se explicaron principalmente por factores internacionales, entre los que destaca la evolución en el precio del cobre. En general, ambas variables tienen una relación inversa. Dado que el Perú es uno de los principales exportadores mundiales de cobre, cambios en el precio de este metal afectan el valor de la moneda peruana. A mediados de julio, el cobre alcanzó un mínimo de US\$7 mil por tonelada, lo que contribuyó a que el tipo de cambio se elevara por encima de S/3.95 por dólar. Por el contrario, a mediados de noviembre, el precio del cobre volvió a elevarse por encima de los US\$ 8 mil por tonelada y el tipo de cambio bajó hasta S/3.84.
- En diciembre, la destitución del Presidente Castillo y el cambio de gobierno generaron fuerte incertidumbre en el mercado cambiario, aunque solo de manera temporal. Con la declaración sobre la disolución del Congreso, el tipo de cambio se elevó por encima de los S/3.90 por dólar; sin embargo, rápidamente regresó a sus niveles previos al final del día conforme intervinieron las fuerzas democráticas. En las últimas semanas del año, pese incluso a la mayor conflictividad social, el tipo de cambio ha mostrado una ligera tendencia a la baja, impulsado nuevamente por factores externos. Entre ellos, por ejemplo, la expectativa de que Estados Unidos deje de incrementar su tasa de referencia, ante el reporte de que el país creció más de lo esperado durante el tercer trimestre del 2022.

Fuente: Instituto Peruano de Economía (IPE)



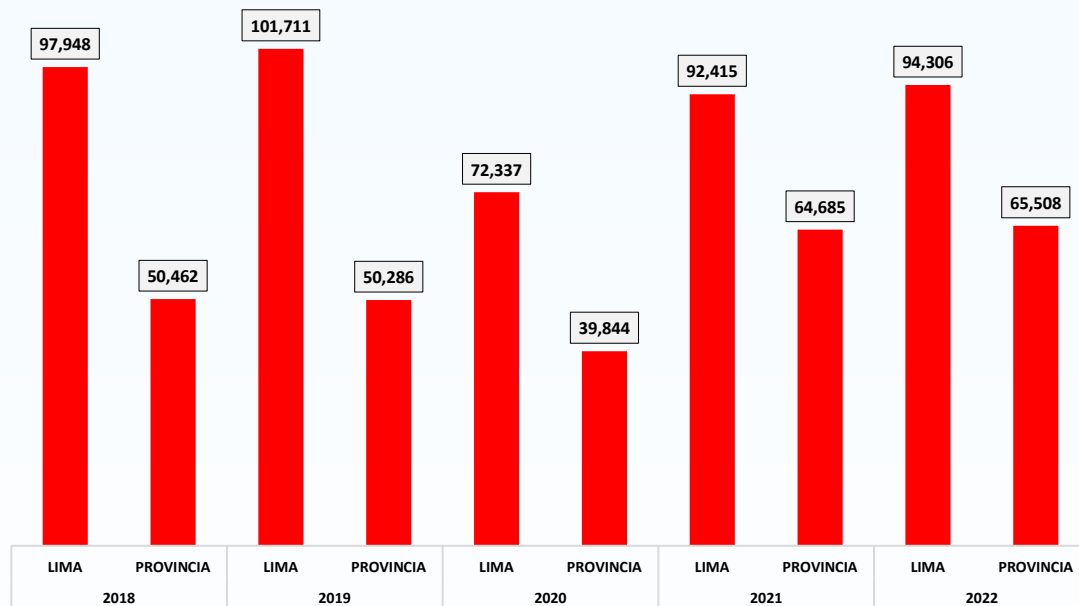
Sector Automotriz



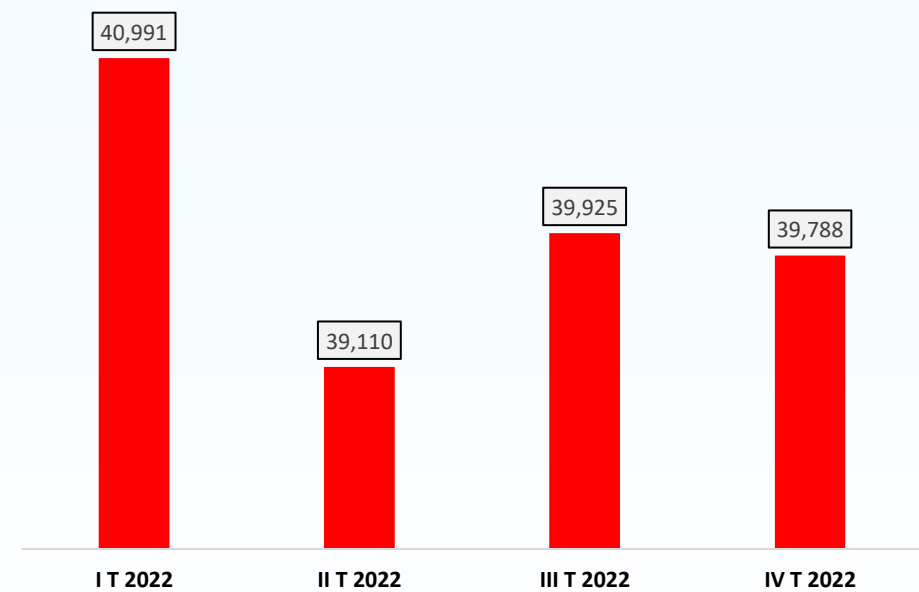
- El total de vehículos inmatriculados en el 2022 fue de 159,814 unidades. De las cuales, la proporción de vehículos inmatriculados en Lima llegó a ser 59.01%, muy similar a lo registrado en los dos años anteriores.

- El primer trimestre se obtuvo una inmatriculación total de 40,991 vehículos. Durante el segundo las inmatriculaciones disminuyeron en 5% y en el tercer trimestre aumentaron 8%. El cuarto trimestre disminuyó de en 0.3% en comparación con el trimestre anterior.

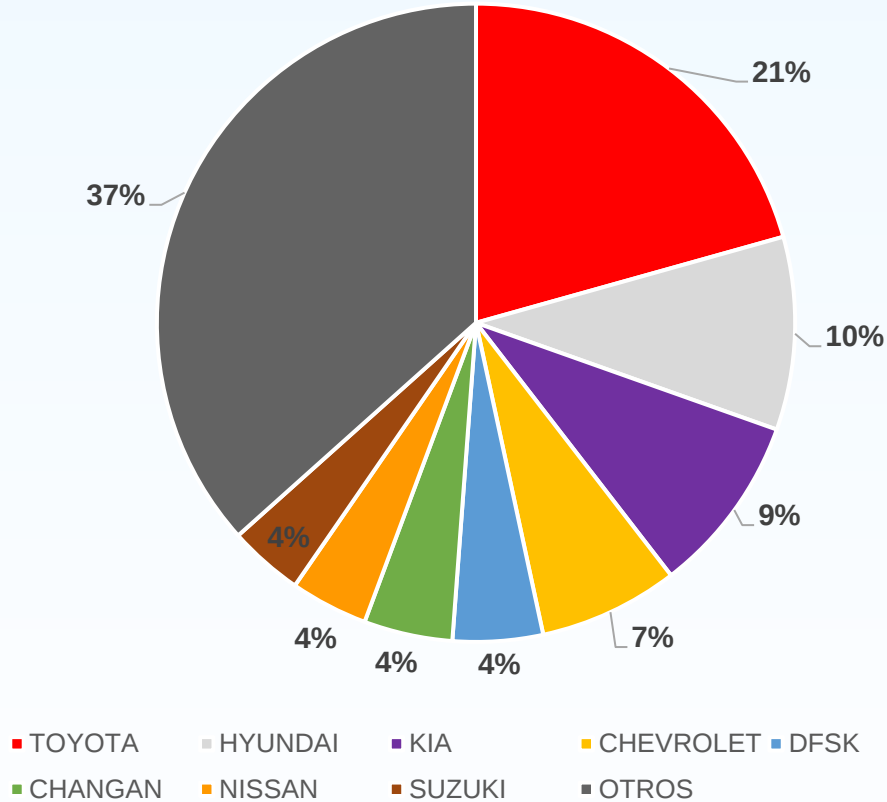
Número de vehículos Livianos Inmatriculados (% Participación en Lima y en Provincias)



Número de Vehículos Livianos Inmatriculados (Evolución Trimestral)

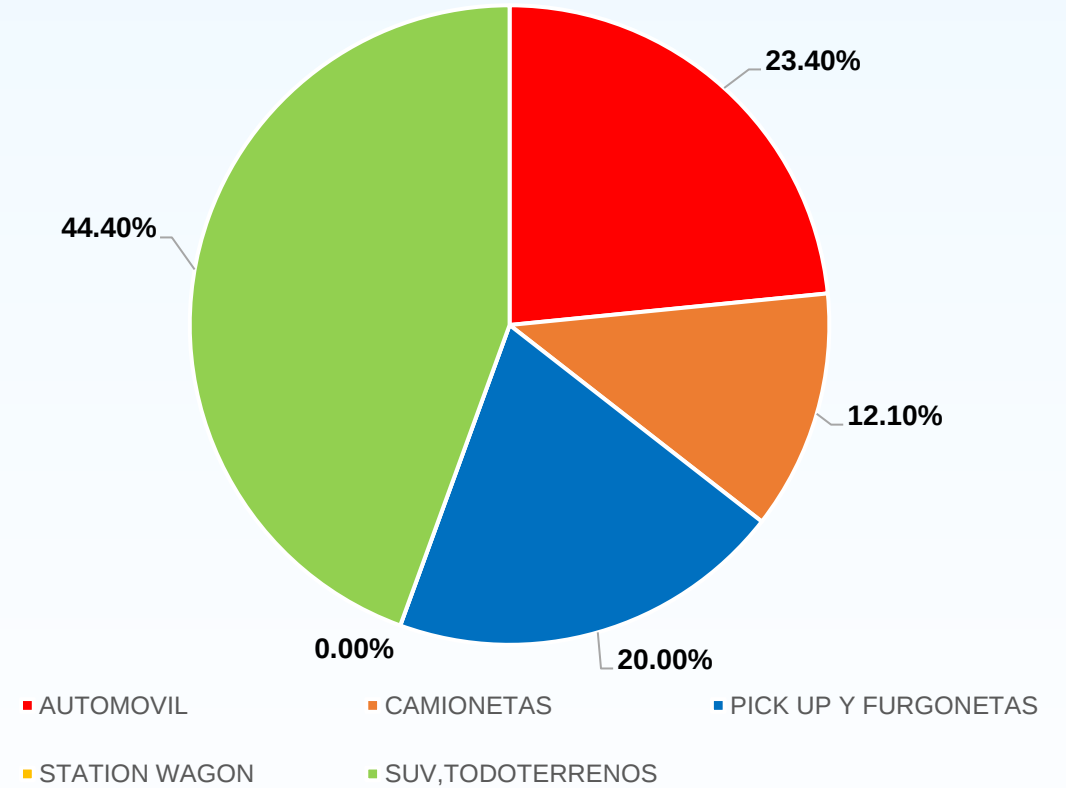


Inmatriculaciones de vehículos según marca, en el 2022



Fuente: ASOCIACIÓN AUTOMOTRIZ DEL PERÚ – Elaboración Propia

Inmatriculación de Vehículos Según Clase, en el 2022



Fuente: ASOCIACIÓN AUTOMOTRIZ DEL PERÚ – Elaboración Propia

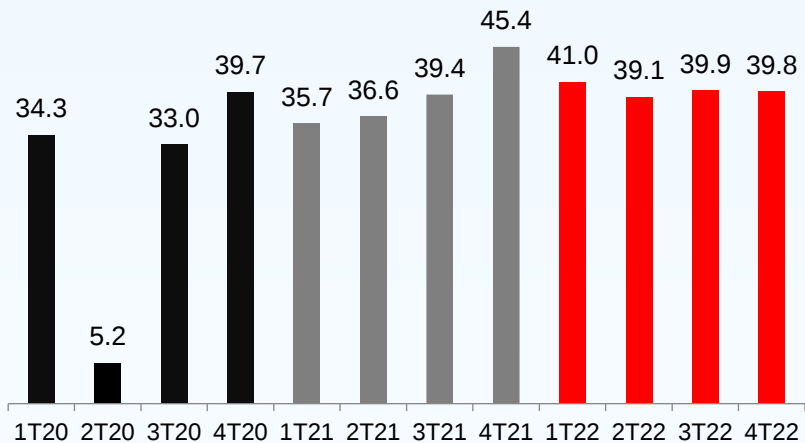


Mercado Automotriz - 2022

Inmatriculación de Vehículos Ligeros

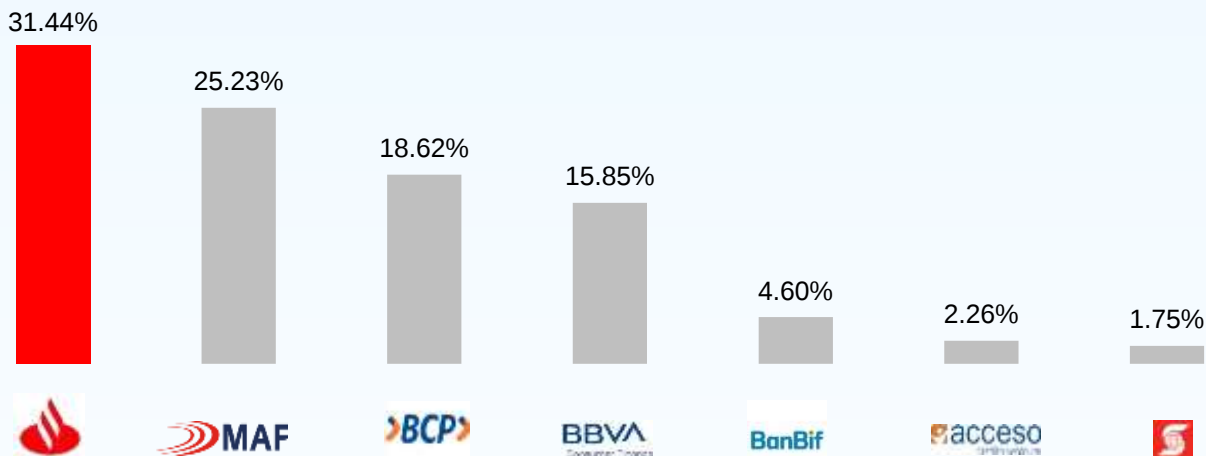
Miles de Unidades

Fuente: AAP



Market Share de Créditos Vehiculares

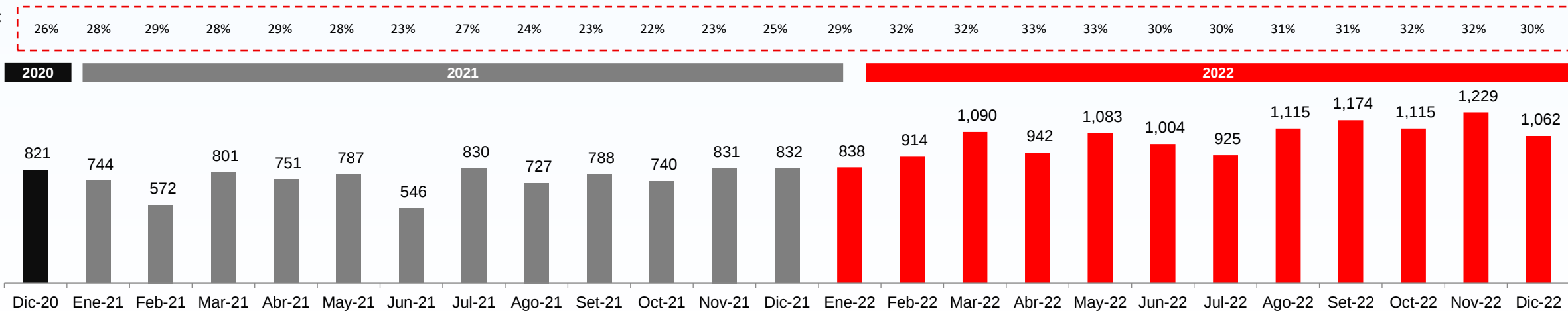
Nº de operaciones acumuladas durante el 2022



Créditos vehiculares – Santander Consumer

Nº Operaciones

Market Share / mes



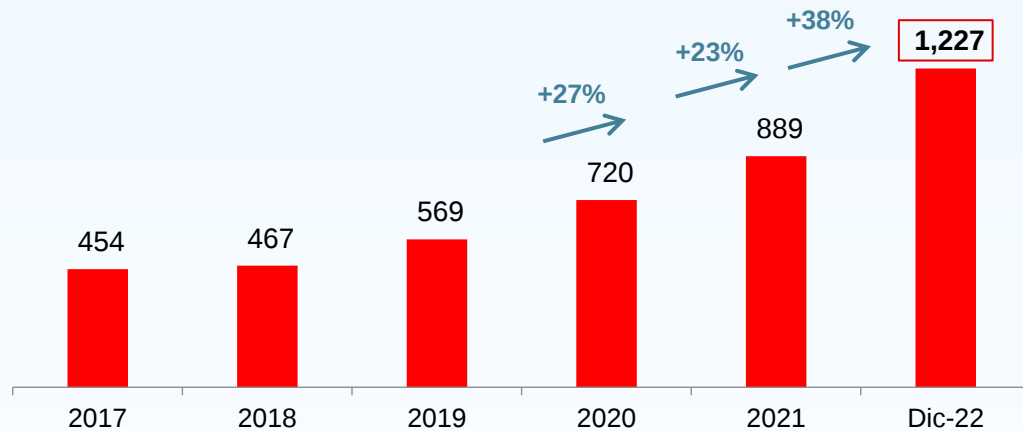


Desempeño del Negocio

- Crecimiento sostenido de cartera con estrictos criterios de admisión

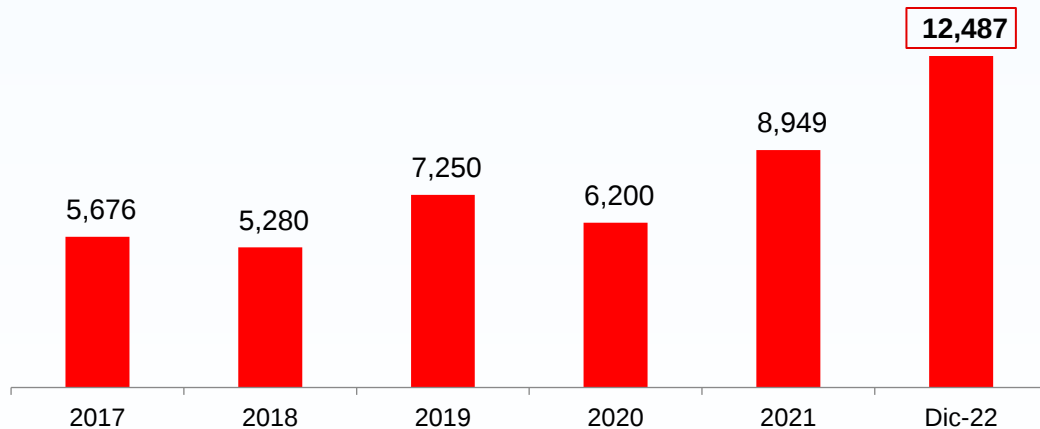
Cartera Crediticia (Stock)

PEN Millones (Vigentes + Refinanciados + Vencidos + Judicial)



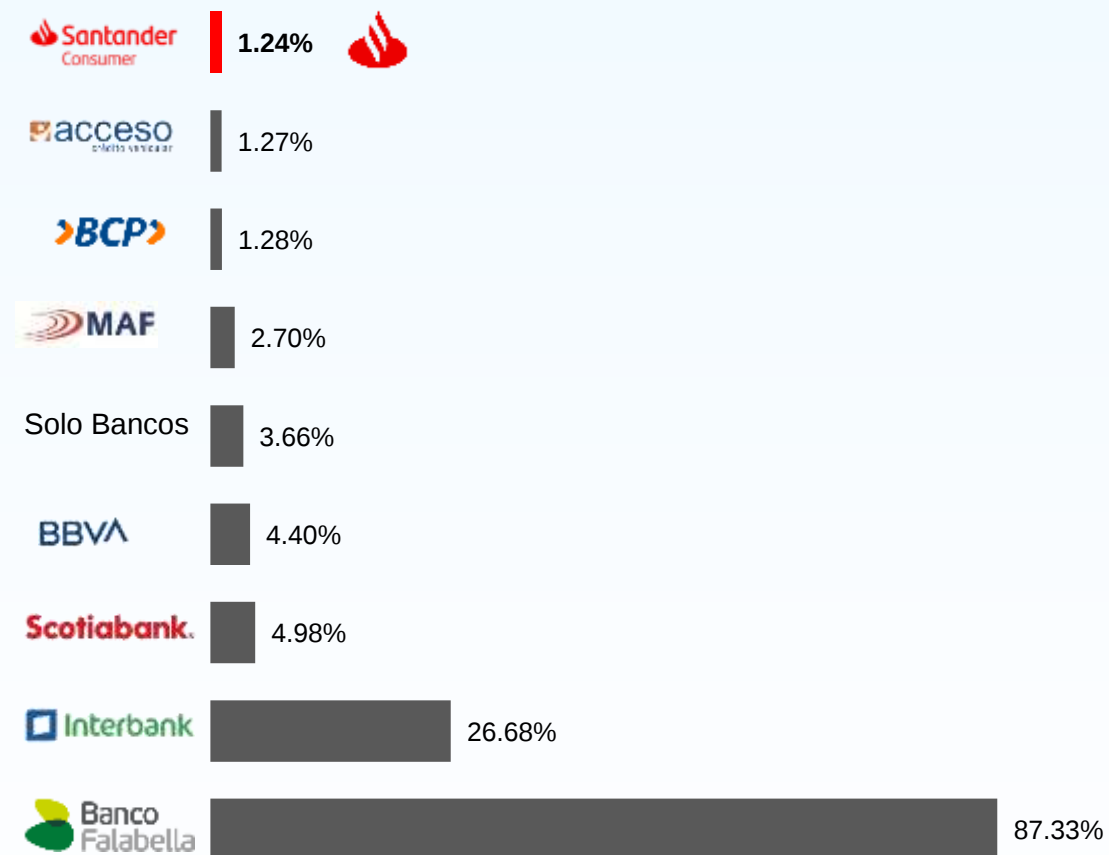
Colocaciones de Crédito Vehicular – Santander Consumer

total de Desembolsos CV



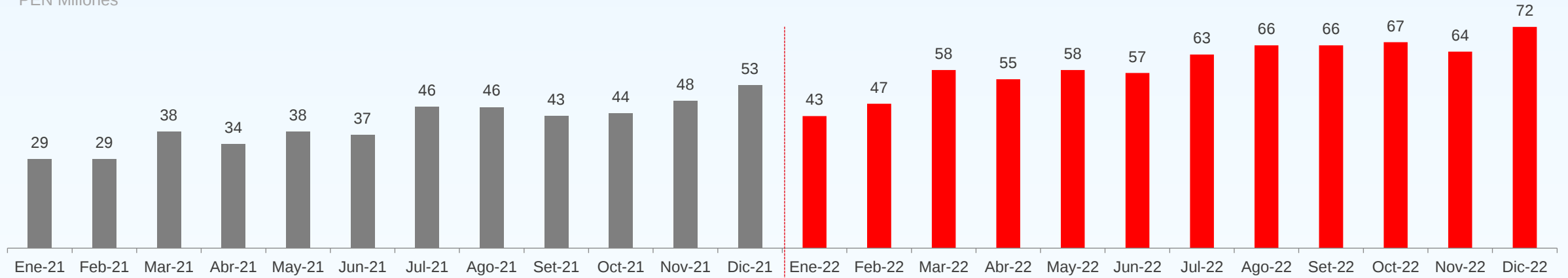
Mora Contable SBS

Cifras al mes de Diciembre 2022



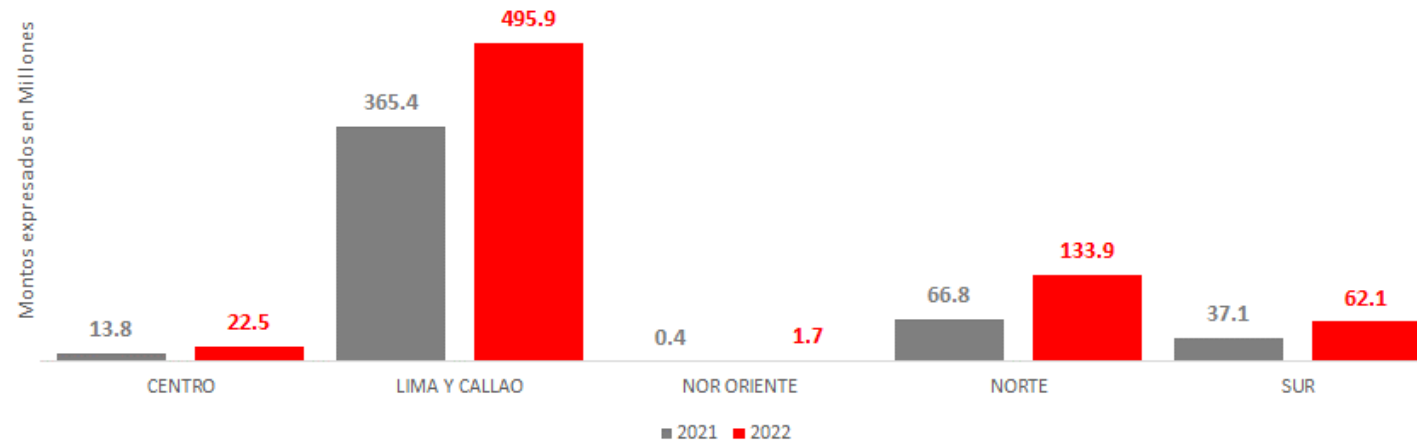
Recaudación - Caja

PEN Millones



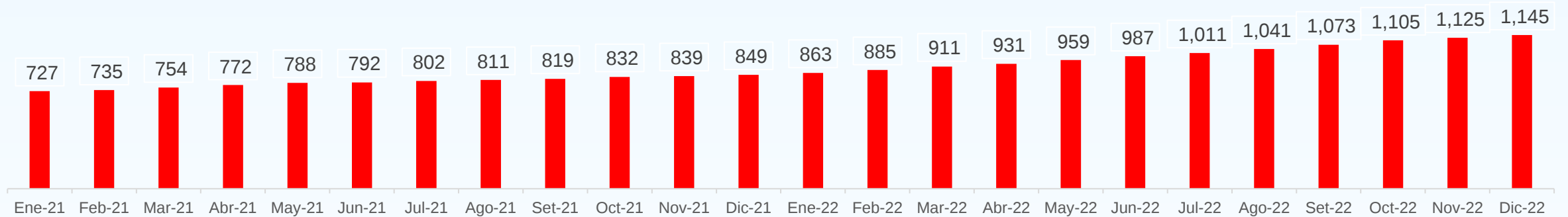
Recaudación - Región

PEN Millones

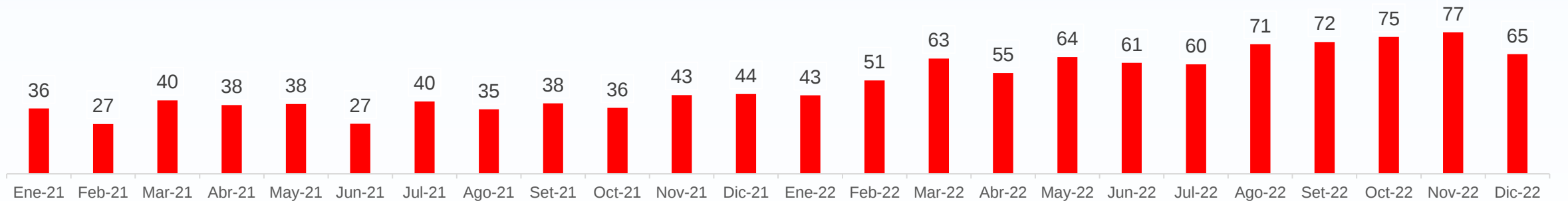


Desempeño del Negocio – Crédito Vehicular

Crédito Vehicular - Volumen Cartera Final (S/ millones) 2021-2022



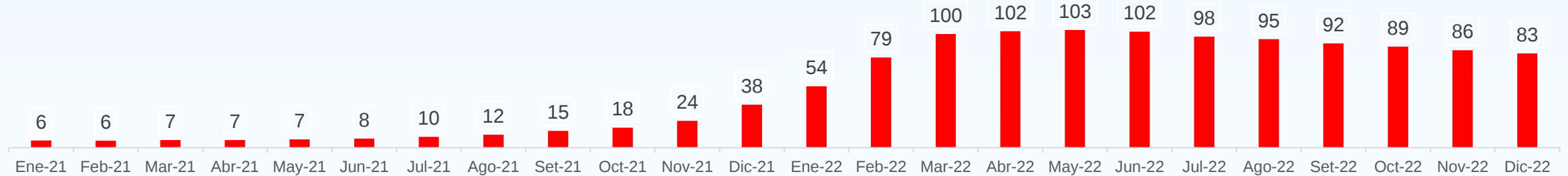
Crédito Vehicular - Monto Desembolsado (S/ millones) 2021 – 2022



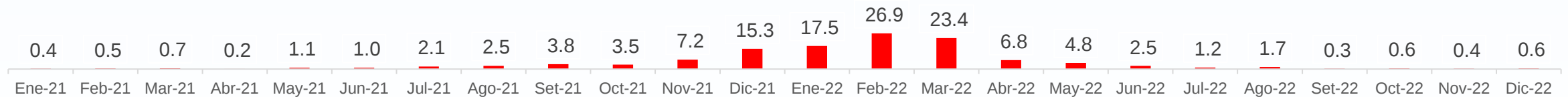


Desempeño del Negocio – Crédito Libre Disponibilidad

Producto Libre Disponible Consumo - Volumen Cartera Final (S/ millones) 2021 - 2022



Producto Libre Disponible Consumo - Monto Desembolsado (S/ miles) 2020 - 2021





Estrategia Comercial





Santander Consumer 1er lugar en colocación de financiamiento vehicular en Diciembre 2022 (AAP).

Se buscó fortalecer las alianzas vigentes y se incorporó una nueva. Se obtuvo un crecimiento del 40% en la producción total de desembolsos y en seminuevos del 27%. Importante mejora en el proceso de desembolso y crecimiento del segmento de tercera categoría. Obtuvimos el primer lugar del mercado con 31% de MS.



Campañas permanentes con nuestras alianzas



Capacitación permanente a fuerza de ventas d ellos concesionarios



Asesoría frecuente a la marca, concesionario, vendedor y ejecutivo



Incorporación de nueva alianza (Ford)

	Dic-22	
	Desembolsos	MS
SANTANDER CONSUMER	12498	31%
MAF PERU SA	10021	25%
BCP	7558	19%
BBVA CONTINENTAL	6269	16%
BANBIF	1793	5%
ACCESO CREDITICIO	876	2%
SCOTIABANK	675	2%
BBVA CONSUMER FINANCE	33	0%
TOTAL	39723	100%

Fuente AAP a diciembre 2022, elaboración propia

Alianzas

astara



PEUGEOT



DERCO



CHEVROLET



MITSUBISHI
MOTORS



CHERY



GAC MOTOR



FUSO



GILDEMEISTER



Gestión de Convenios

Estuvimos enfocados en el fortalecimiento y crecimiento de nuestras alianzas logrando crecimientos de 29% en Astara. 30% en GM, 70% Amicar (Derco + Gildemeister) y una ligera caída del 1% en Nissan debido a la caída en ventas del 2022.

LA COMPRA
MAESTRA

FONDO
CRECER -
COFIDE

PLAN
CONVERSION

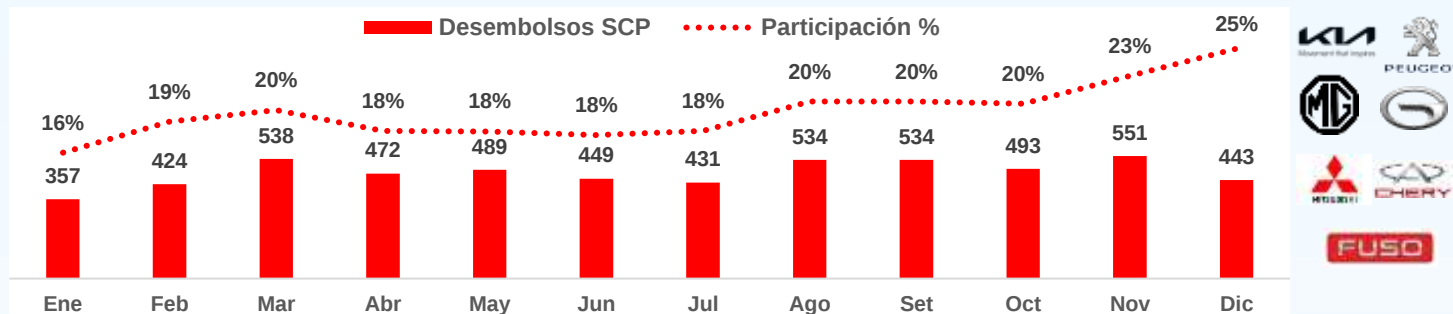
PLAN
PERSONAL

CREDITO
SIMPLE

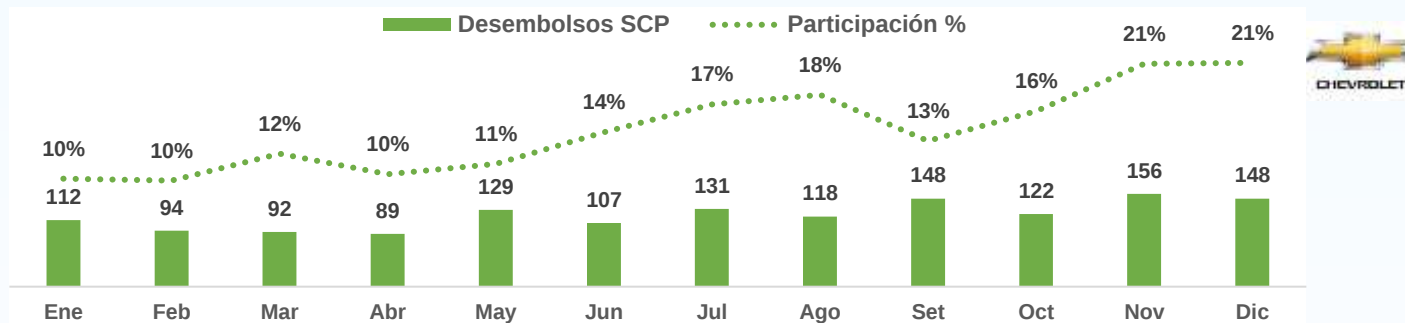
FINANCIAMIENTO
USADOS



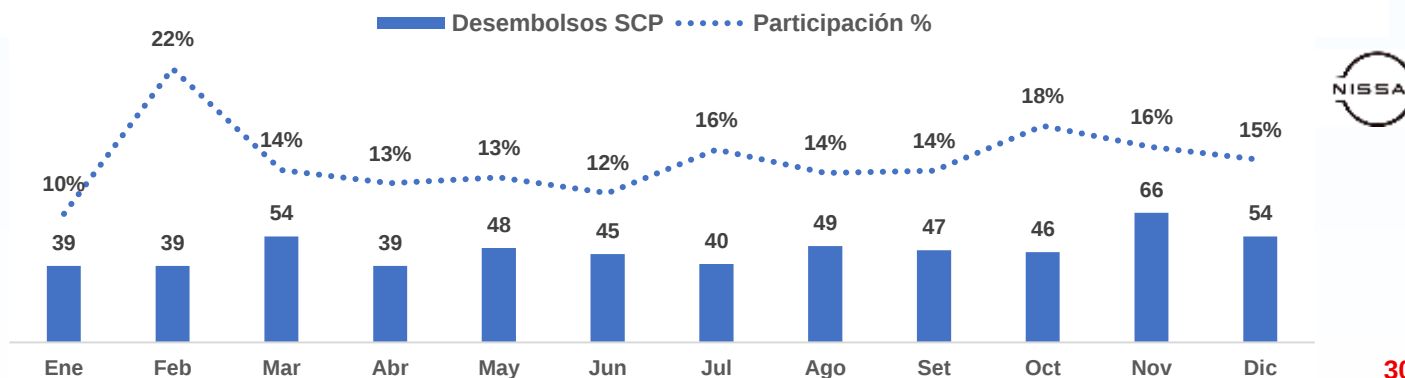
ASTARA



CHEVROLET



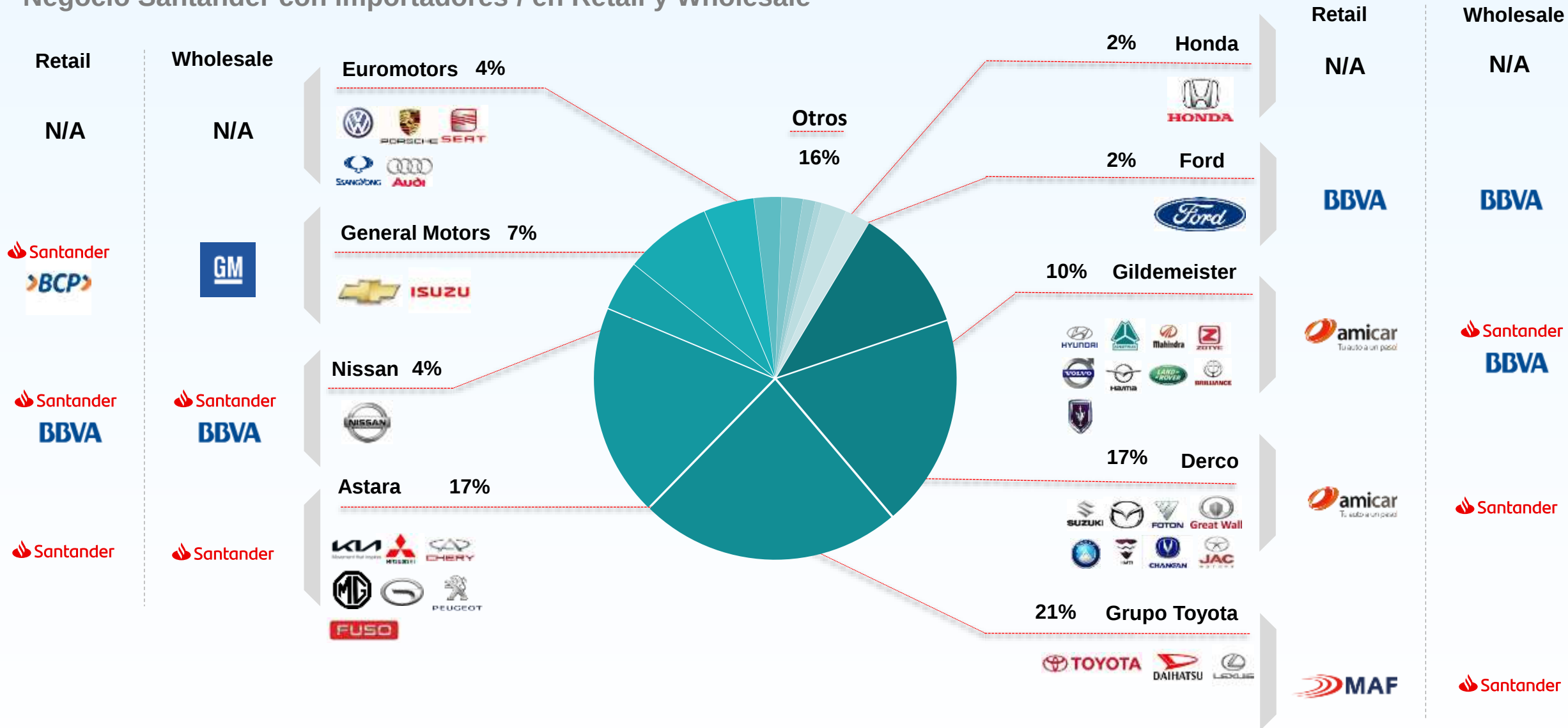
NISSAN





Importadores y Partners Financieros

Negocio Santander con importadores / en Retail y Wholesale



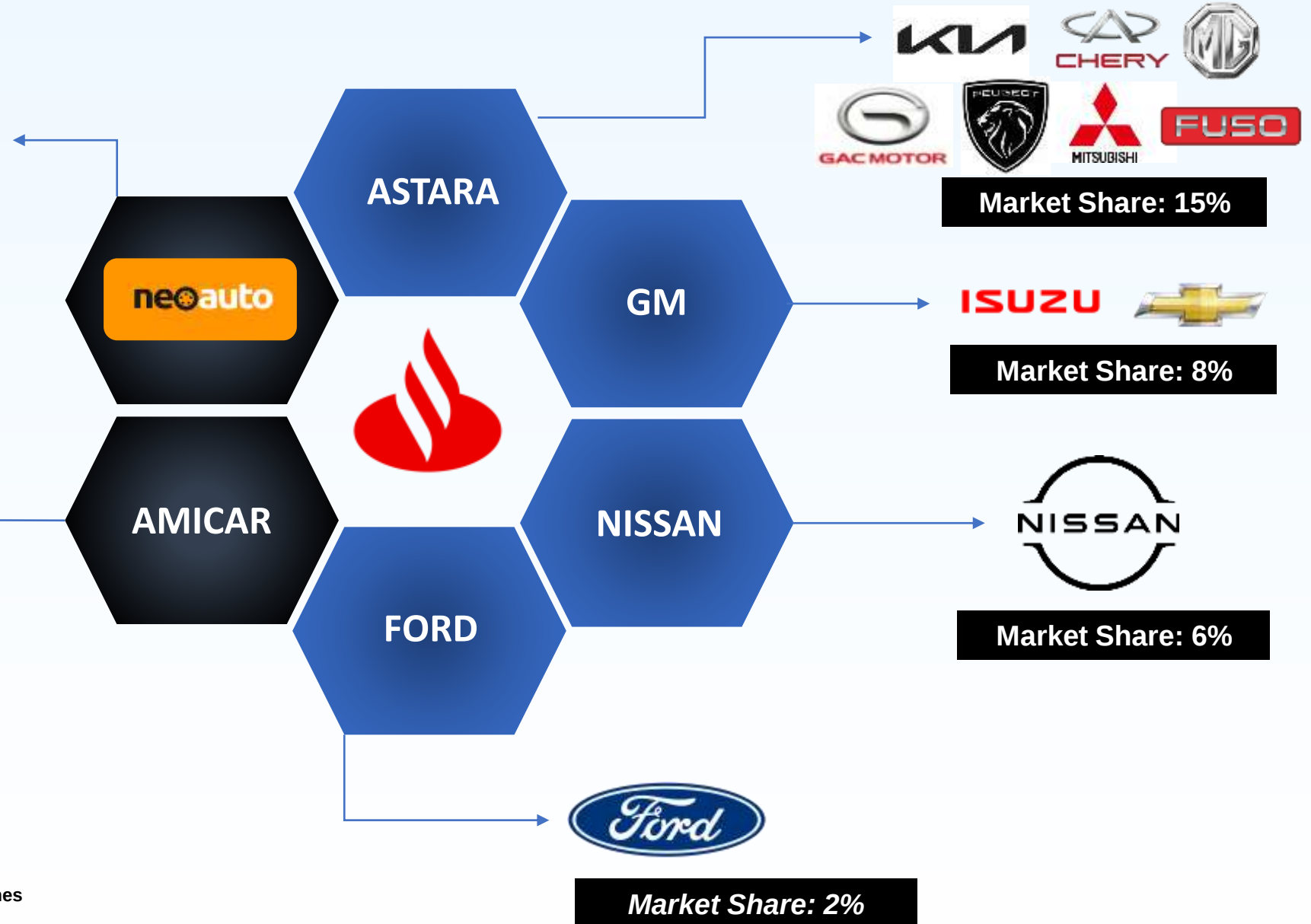


Aliados Estratégicos

*58% del Share de Vehículos Importados forman parte de los Aliados Estratégicos de Santander Consumer Perú.



55% acciones



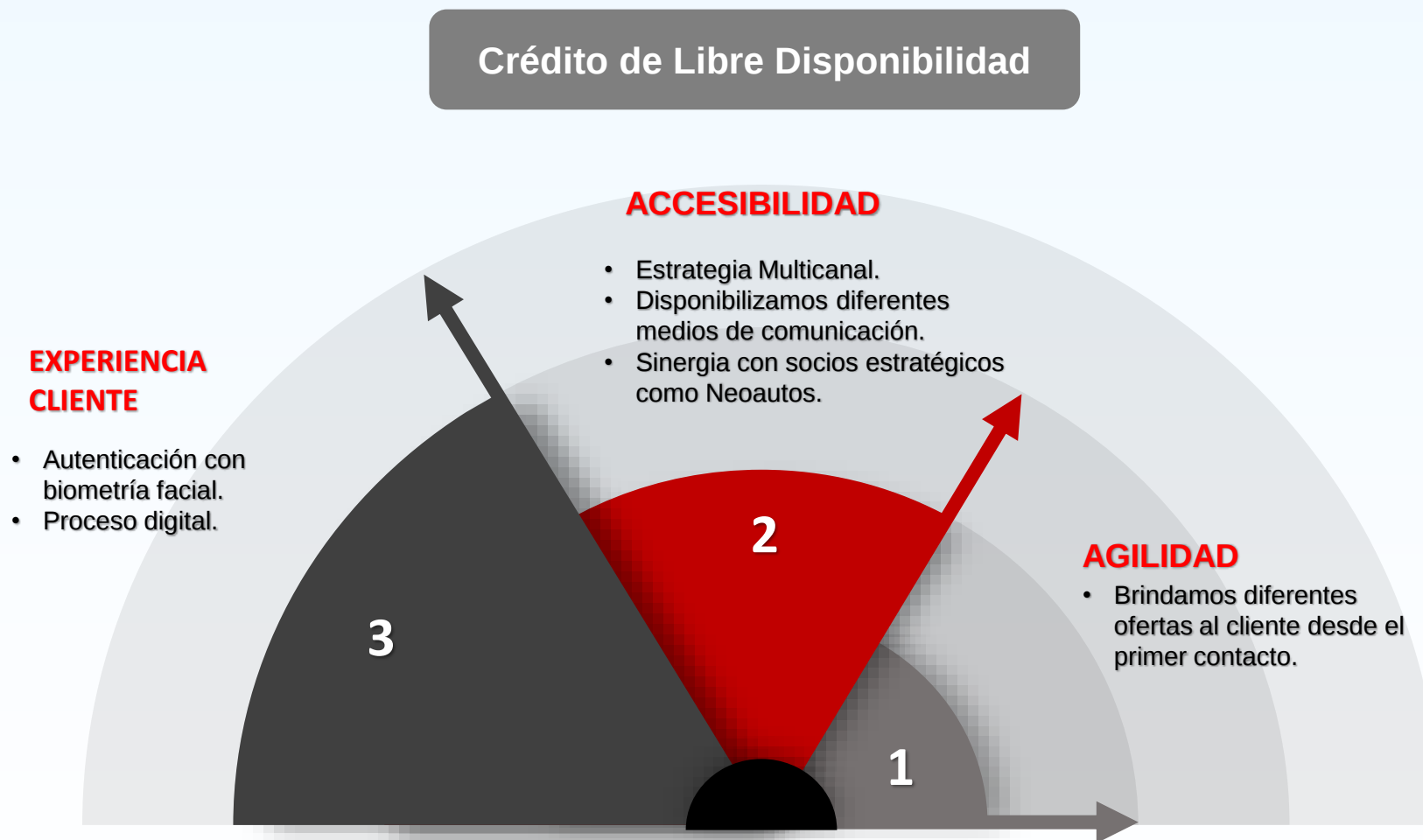
*Penetración de los importadores sobre las inmatriculaciones

Oferta de Valor – Crédito Vehicular



Oferta de Valor – Crédito Libre Disponibilidad

- Se lograron nuevas metodologías de enfoque producto para la comercialización, complementando la estrategia reactiva con proactiva a través de campañas pre aprobadas.
- Se lanzó estrategia cross selling de Libre Disponibilidad sobre el portafolio de clientes con crédito vehicular.





Situación Financiera



Balance de Situación

Activos

Los activos totales al cuarto trimestre 2022 ascendieron a S/ 1,320.7 MM, lo que representa un incremento de S/ 131.087 MM (11.02%) con respecto a lo registrado en el tercer trimestre del 2022.

Pasivos

El impulsor del crecimiento del pasivo ha sido determinado por el crecimiento de los adeudos y obligaciones financieras que han financiado el crecimiento de la cartera de créditos del año.

Al cierre del cuarto trimestre 2022 los adeudos y obligaciones financieras alcanzaron los S/ 1,107.067 MM, un aumento de 12.24% respecto al tercer trimestre 2022 (S/ 986.318 MM).

El financiamiento de la compañía ha estado alineado a las estrategias de aumento de los plazos de sus adeudos, para el calce de sus activos, y de la reducción continua del costo de financiamiento dentro de lo permitido por las tasas elevadas del mercado.

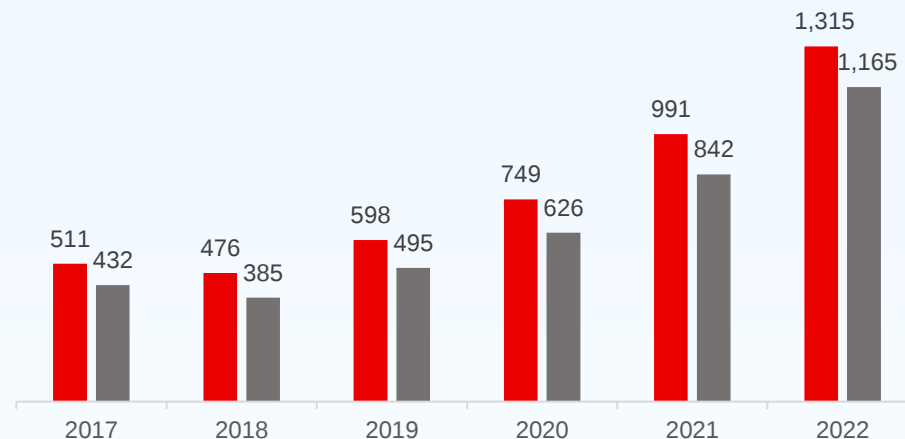
Las condiciones financieras han mejorado de tal forma que desde el año 2020 presentan deuda subordinada con la matriz de España por USD 6.5 MM a un plazo de 10 años y mantenían al cierre del 2022 un total de PEN 266.65 MM en instrumentos de corto plazo en circulación en el mercado de capitales.

Patrimonio

El crecimiento del patrimonio se ha visto fortalecido por las utilidades del negocio en el periodo 2022. Actualmente, la compañía no presenta utilidades acumuladas negativas.

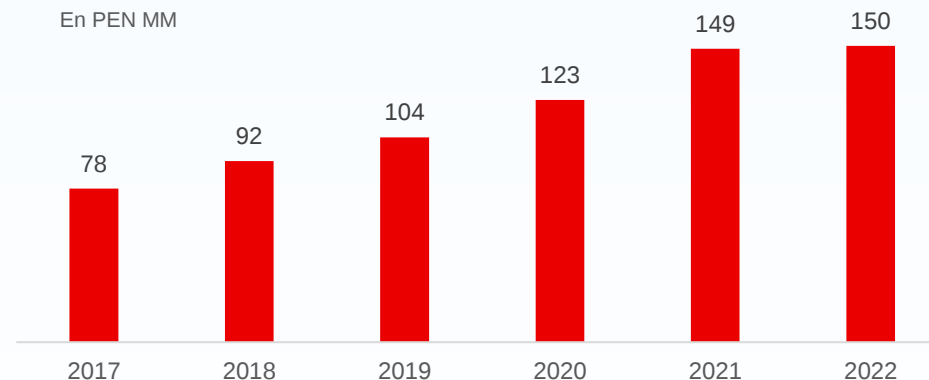
■ Activos ■ Pasivos

En PEN MM



■ Patrimonio

En PEN MM

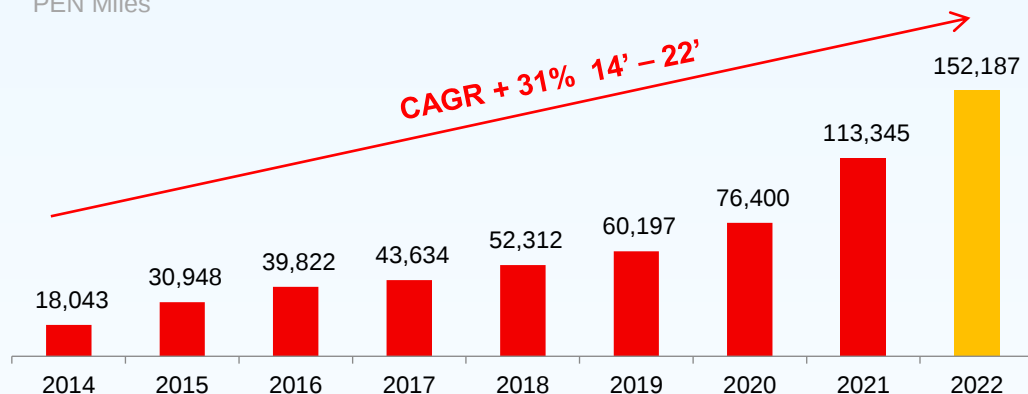




Indicadores Financieros

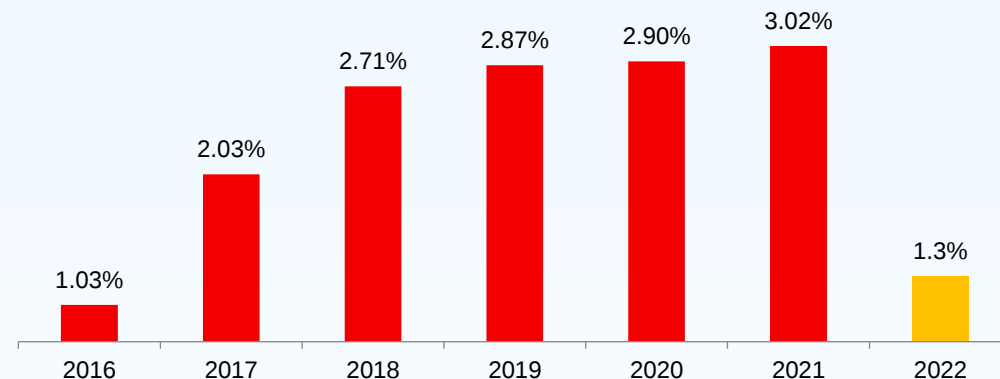
Margen Ordinario Bruto

PEN Miles



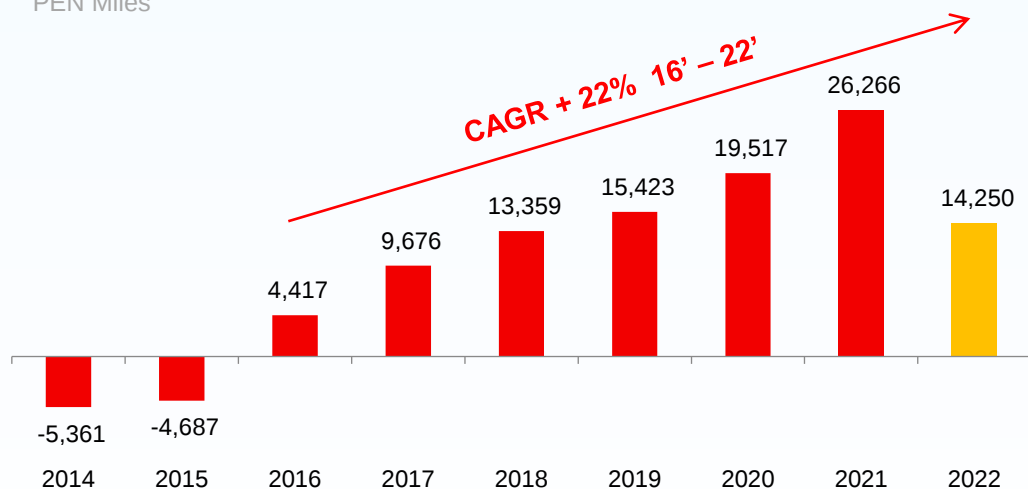
ROA

%



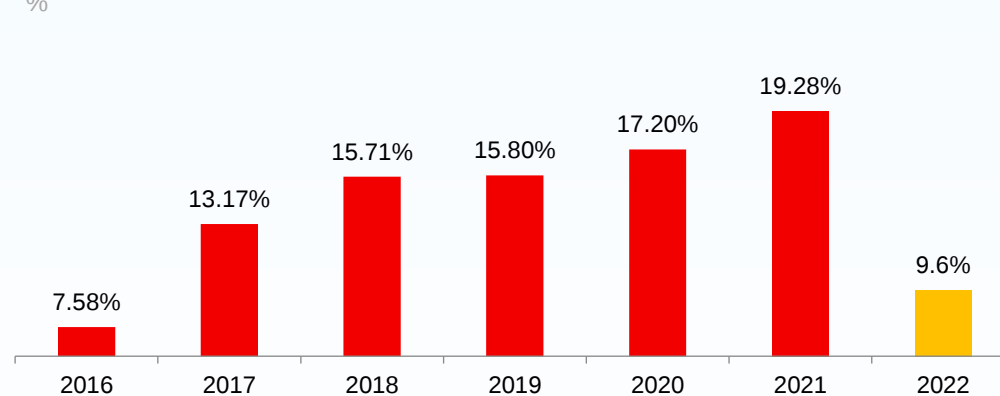
Beneficio Neto

PEN Miles



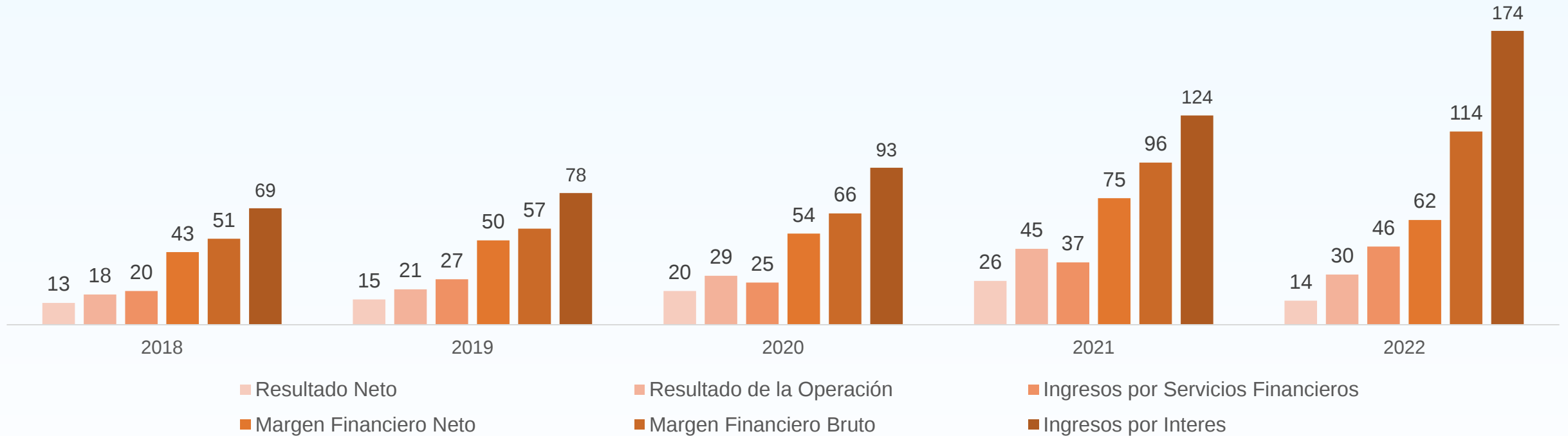
ROE

%



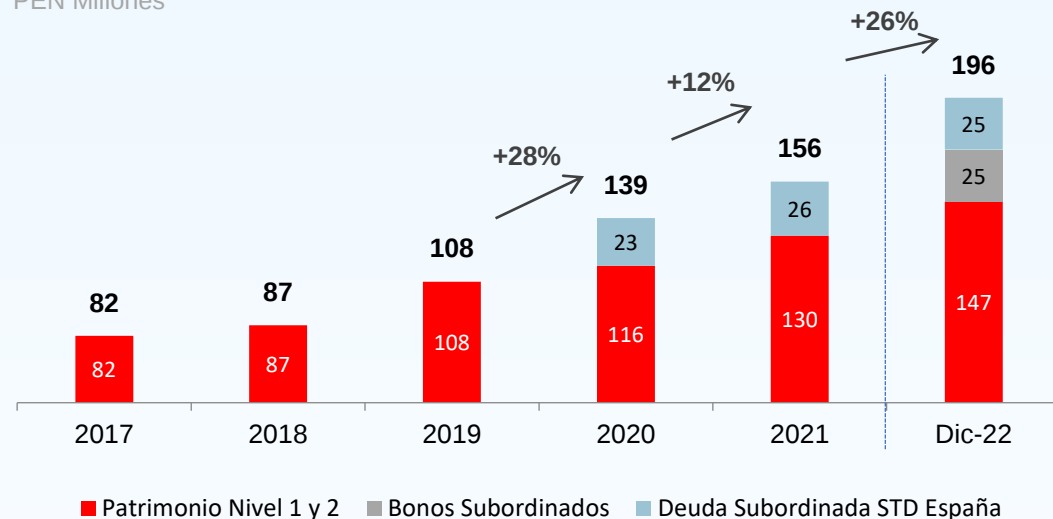


Evoluciones de los Márgenes de Rentabilidad (En miles de millones de soles)



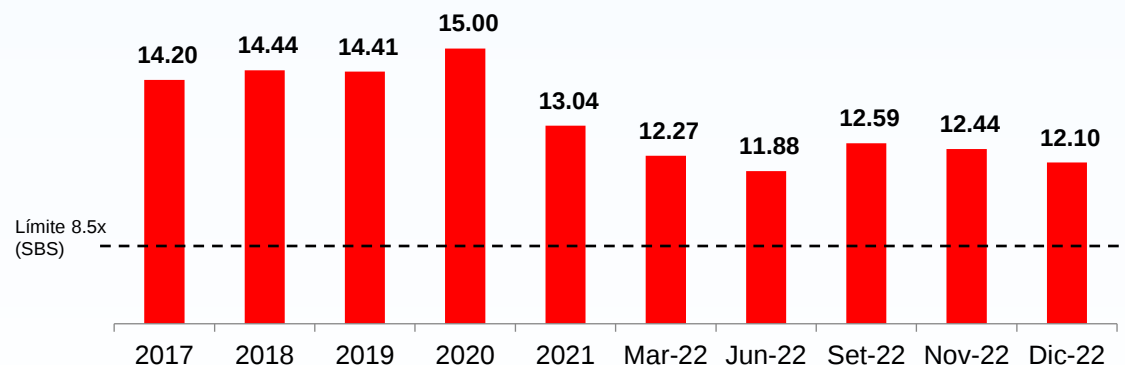
Patrimonio Efectivo – Deuda y Bonos Subordinados

PEN Millones



Ratio de Capital Global

%



Patrimonio Efectivo	Total
Total Patrimonio Efectivo de Nivel 1	133.0
Asignado a cubrir riesgo de crédito	110.2
Asignado a cubrir riesgo de mercado	1.2
Asignado a cubrir riesgo operacional	21.7
Total Patrimonio Efectivo de Nivel 2	63.1
Asignado a cubrir riesgo de crédito	63.1
Asignado a cubrir riesgo de mercado	0.0
Asignado a cubrir riesgo operacional	0.0
Total Patrimonio Efectivo de Nivel 3	0.0
Asignado a cubrir riesgo de crédito	0.0
Total Patrimonio Efectivo	196.1

Patrimonio

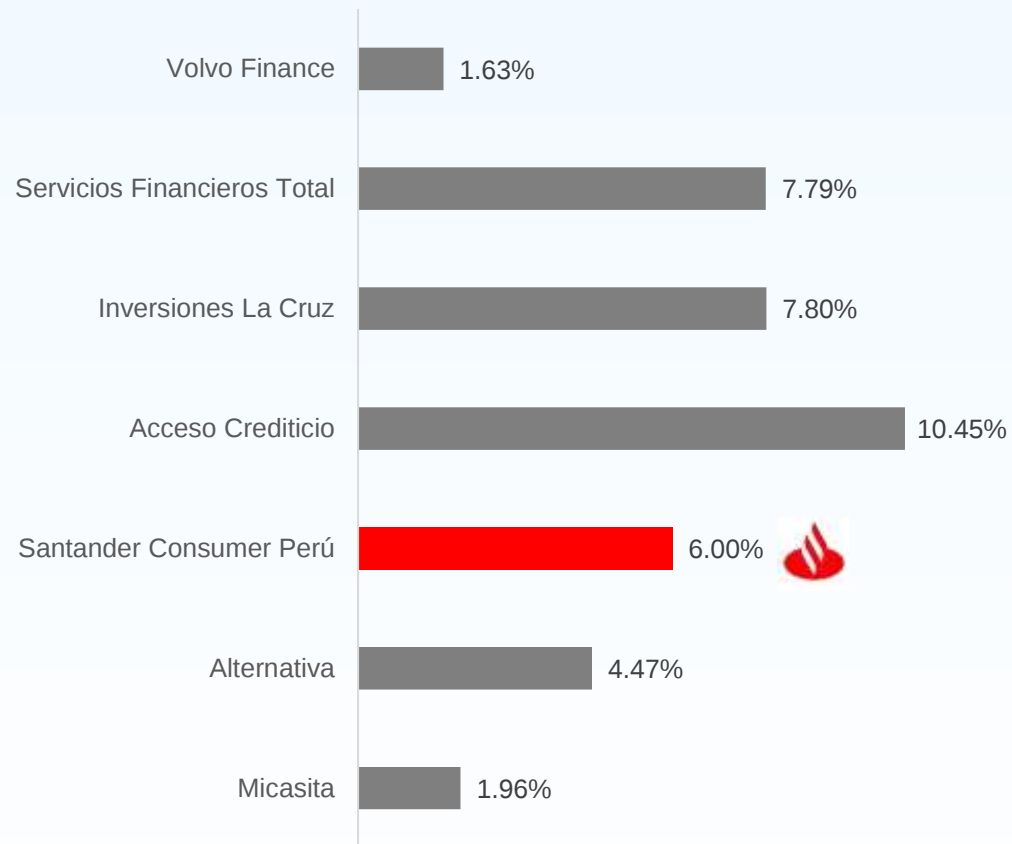
- Capitalización del 100% de resultado 2019 en marzo 2020.
- Capitalización del 50% de resultado 2020 aprobada por JGA en marzo 2021.
- Capitalización del 20% de resultado 2021 aprobado por JGA en marzo 2022
- Compromiso de capitalización del 40% con reserva de resultados 2022.

Ratio Capital Global

- Deuda subordinada aprobada con Santander España**
 - ✓ Operación desembolsada por USD 6.5MM Octubre 2020 – Plazo de 10 años
- Primera y Segunda Emisión Privada de Bonos Subordinados 2022:**
 - ✓ Emisión de Serie única de PEN 18 MM emitido en setiembre 2022 – Plazo de 10 años.
 - ✓ Emisión de Serie única de PEN 6.8 MM emitido en octubre 2022 – Plazo de 10 años

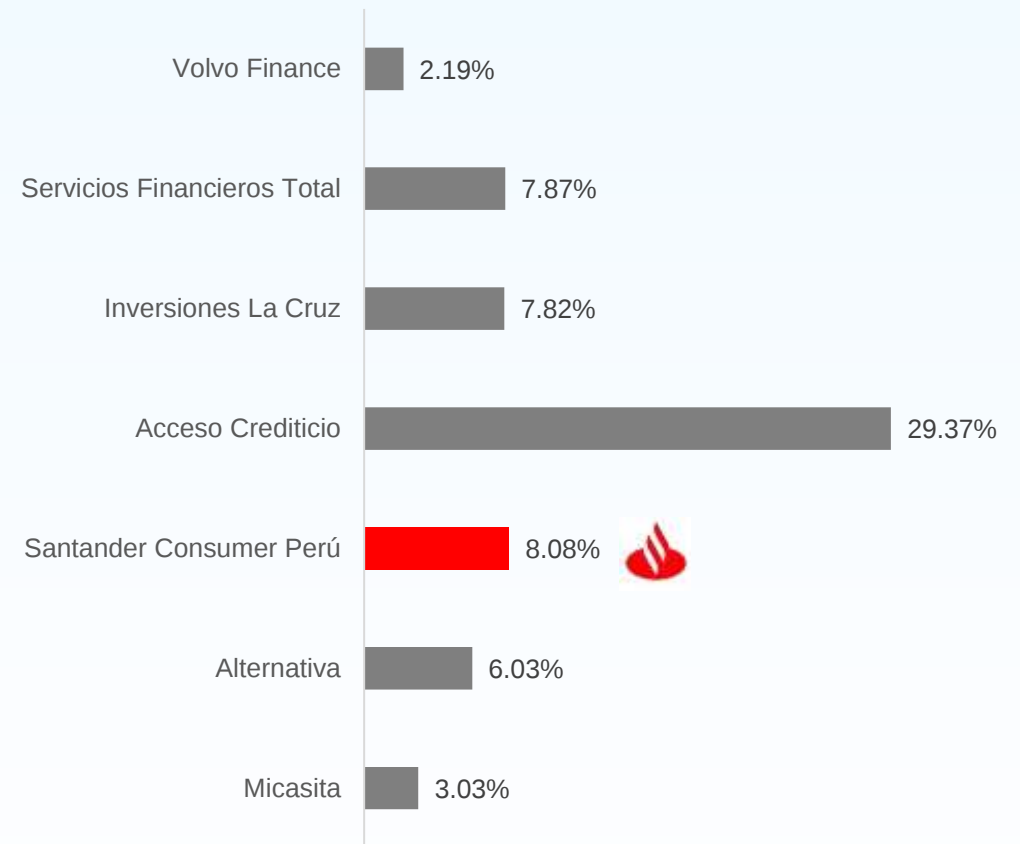
Créditos Atrasados (criterio SBS)** / Créditos Directos – EDPYMEs

Fuente SBS – Elaboración Propia – Información Diciembre 2022



Cartera de Alto Riesgo / Créditos Directos (%) – EDPYMEs

Fuente SBS – Elaboración Propia – Información Diciembre 2022





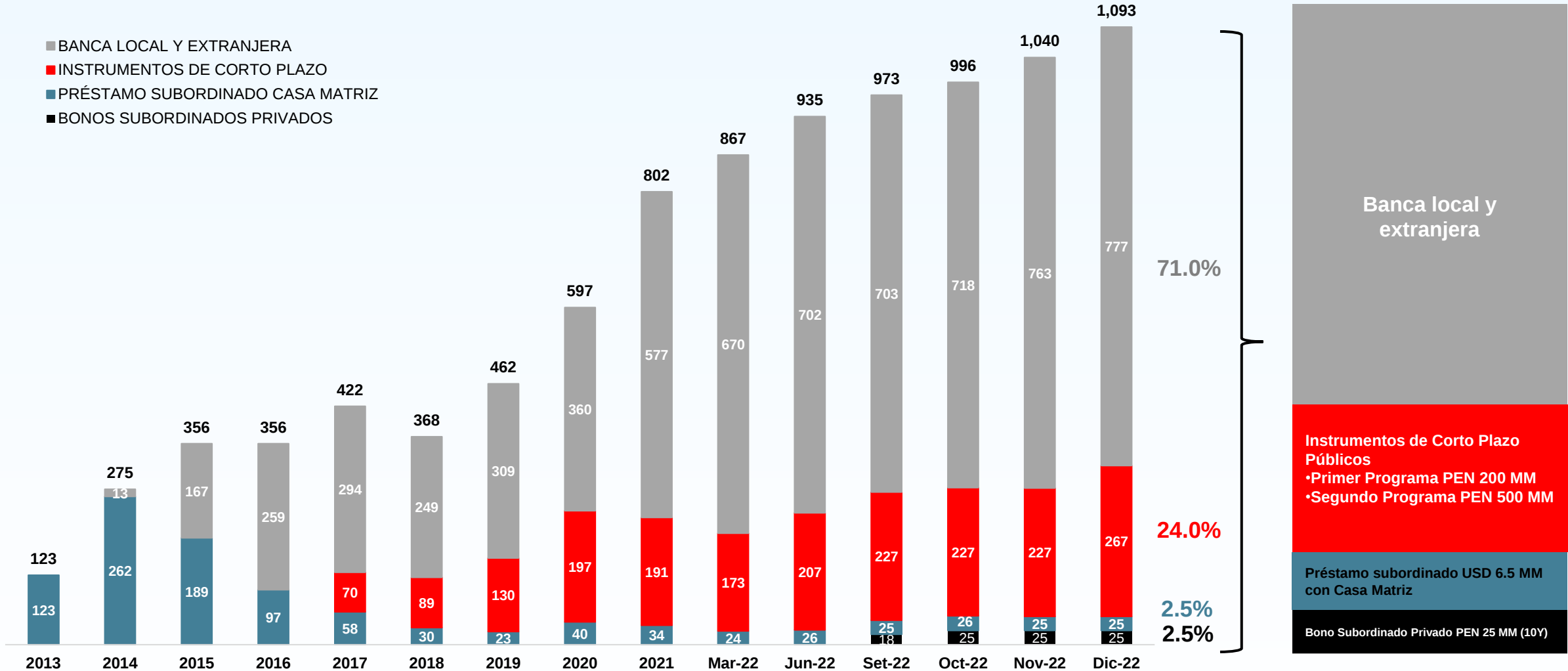
Gestión Financiera



Estructura de Financiamiento

Estructura de Adeudos

PEN Millones

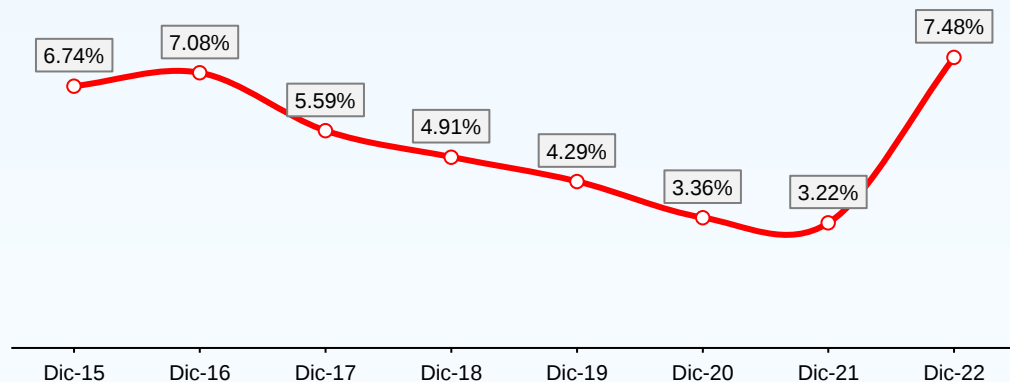




Solidez de la Estructura de Fondeo

COF Soles (%)

Costo Financiero Promedio en Soles



Primer Programa por PEN 200MM y Segundo Programa por PEN 500MM - Emisiones Vigentes a Dic-2022

Programa	Emisión	Serie	Fecha de Subasta	Monto (PEN MM)	Plazo (Días)	Tasa de Corte
Primer	6ta	B	9/02/2022	46.70	360	5.2188%
Segundo	1era	A	24/06/2022	49.95	360	7.5625%
Segundo	1era	B	8/09/2022	80.00	360	8.1563%
Segundo	1era	C	15/12/2022	90.00	360	8.40625%

Clasificaciones de Riesgos

El Primer y Segundo Programa de Instrumentos de Corto Plazo cuenta con la clasificación de Programa por parte de Apoyo & Asociados y clasificaciones de emisiones de Moody's Local Perú.

MOODY'S

Información financiera:
Junio 2022

ML A-1 .pe

Grado más alto de calidad. Existe certeza de pago de intereses y capital dentro de los términos y condiciones pactados.



Información financiera:
Junio 2022

CP-1 + (pe)

Corresponde a la más alta capacidad de pago oportuno de sus obligaciones financieras reflejando el más bajo riesgo crediticio.

El Primer Programa de Bonos Corporativos cuenta con la clasificación de Programa por parte de Apoyo & Asociados y Pacific Credit Rating:



Información financiera:
Junio 2022

AA+ (pe)

Corresponde a una muy alta capacidad de pago de sus obligaciones financieras en los plazos y condiciones pactados.

PCR | PACIFIC CREDIT RATING

Información financiera:
Junio 2022

AA+ (pe)

Emisiones con alta calidad crediticia. Los factores de protección son fuertes. El riesgo es modesto, pudiendo variar en forma ocasional por las condiciones económicas.

PCR | PACIFIC CREDIT RATING

Información financiera:
Junio 2022

A (pe)

Empresa solvente, con excepcional fortaleza financiera intrínseca, con buen posicionamiento en el sistema, con cobertura total de riesgos presentes y capaz de administrar riesgos futuros.



Gestión de Riesgos



Ratio de Capital Global

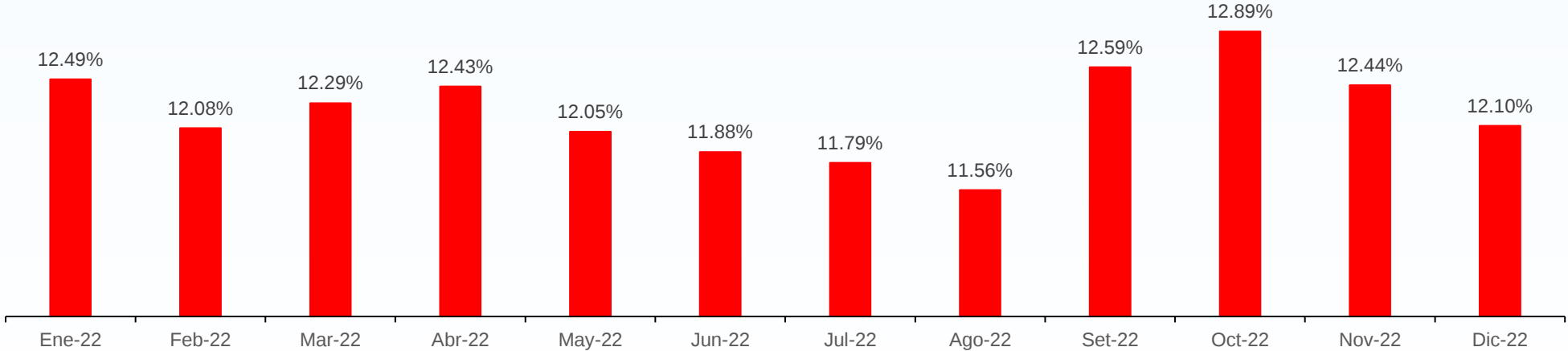
El Ratio de Capital Global se ha mantenido por encima de lo requerido por la SBS, que estipula un mínimo de 8.5%*.

Cifras en Millones de Soles	2017	2018	2019	2020	2021	2022
APR de Crédito	501.9	519.3	647.9	795.2	1030.6	1392.1
APR de Mercado	0.5	0.9	0.9	3.3	0.7	12.1
APR Operacional	75.9	82.2	103.3	124.8	165.5	216.5
Total	578.3	602.4	752.1	923.3	1196.7	1620.7
Patrimonio Efectivo	82.1	87.0	108.4	138.6	156.1	196.1
Ratio de Capital Global	14.2%	14.4%	14.4%	15.0%	13.0%	12.1%
Límite Regulatorio	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	8.5%
Límite Interno SCP	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%

(*) DU N°037-2021-SBS

Asimismo, también se encuentra sobre el límite interno corporativo que nos requiere un mínimo de 8.5%.

Evolución mensual del Ratio Capital Global



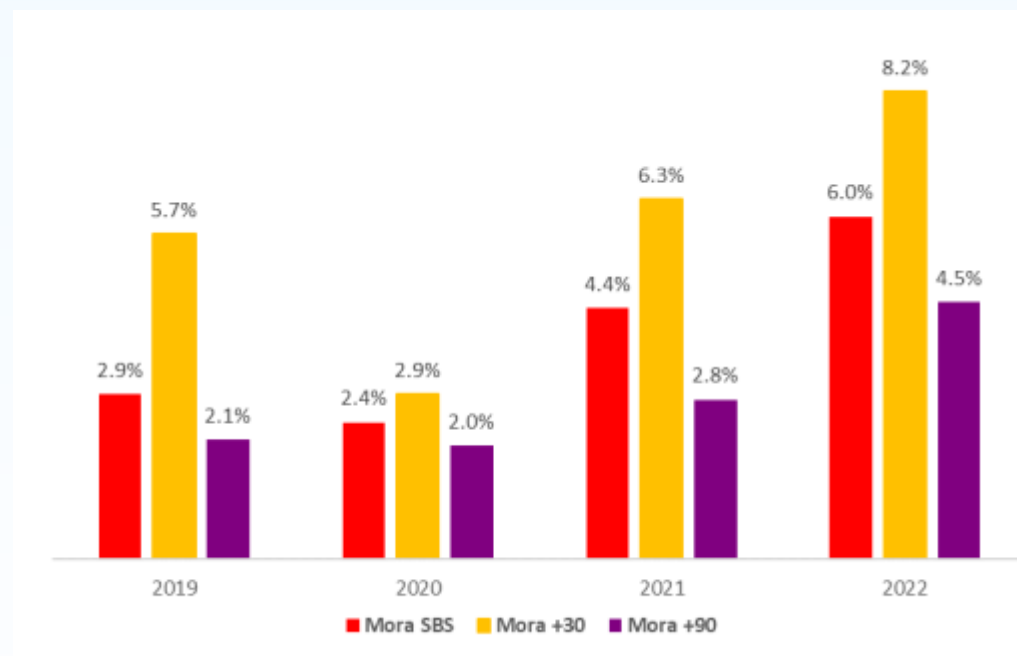
Calificación de la Cartera

El seguimiento continuo de nuestra cartera permite tener más del 83% por clientes clasificados como deudores con riesgo “Normal”.

Evolución de la calificación de la cartera				
Categoría de riesgo (% Cartera total)	2019	2020	2021	2022
Normal	85.60%	89.48%	84.61%	83.24%
CPP	5.32%	2.51%	4.67%	5.07%
Deficiente	2.77%	1.98%	3.22%	3.29%
Dudoso	4.34%	4.08%	4.75%	4.34%
Pérdida	1.98%	1.95%	2.76%	4.06%

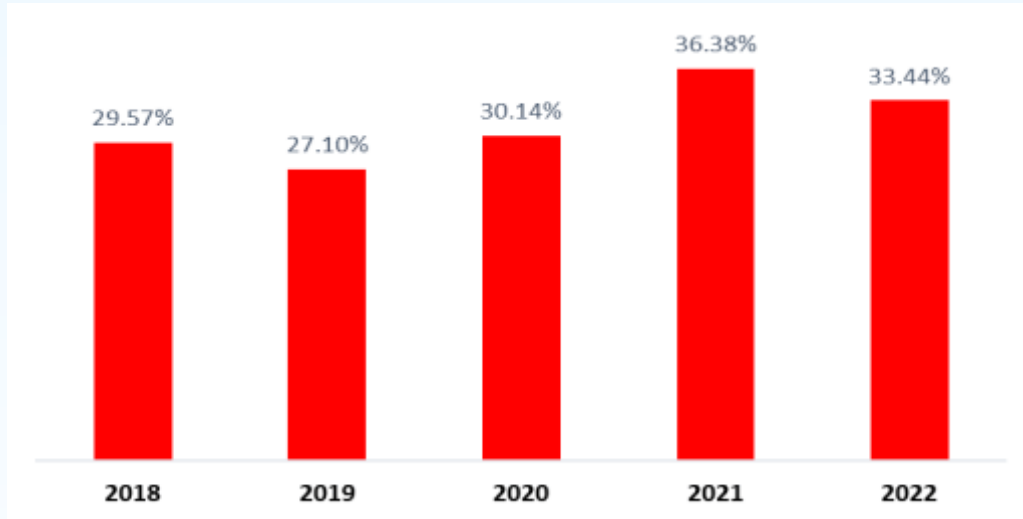
Morosidad

En el 2022, la mora mayor a 90 días es de 4.5% siendo 171 pbs más a la registrada el año anterior. La mora contable y mora +30 días también registraron un incremento respecto al cierre del año 2021.



Riesgo de Crédito

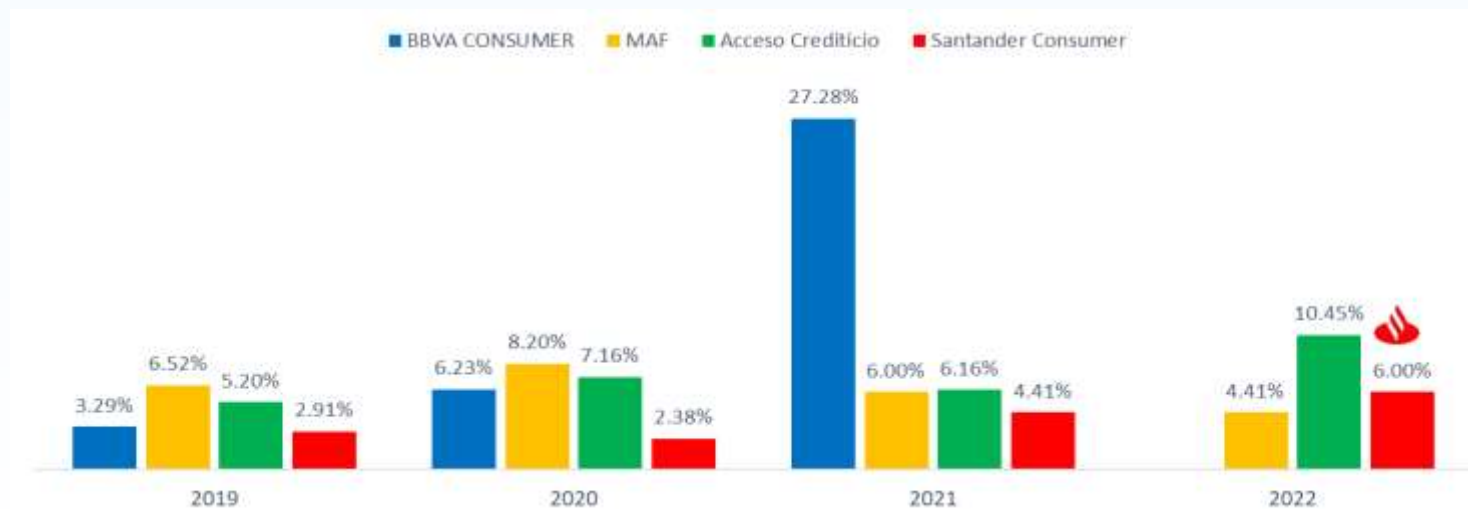
Cuota Inicial



- En el 2022, el porcentaje de cuota inicial de los créditos colocados disminuyó (33% en promedio)
- La morosidad (criterio SBS) registrada al cierre del 2022 fue la segunda mas baja respecto a nuestros principales competidores.

Mora vs Sistema Financiero

Mora Contable SBS – Elaboración propia





Riesgo de Mercado

Riesgo de Tasa de Interés

Riesgo de Tasa de Interés (Corto Plazo)	2019	2020	2021	2022
Ganancias en Riesgo (PEN MM)	5.75	8.80	8.91	11.65
Ganancias en Riesgo (% Patrimonio Efectivo)	6.18	6.34	5.72	5.93

Riesgo de Tasa de Interés (Largo Plazo)	2019	2020	2021	2022
Valor Patrimonial en Riesgo (PEN MM)	13.81	17.97	18.61	21.57
Valor Patrimonial en Riesgo (% Patrimonio Efectivo)	14.86	12.94	11.94	10.98

Riesgo Cambiario

Posición Cambiaria	2019	2020	2021	2022
Posición de cambio (USD M)	283.34	904.44	209.63	3,733.99
Posición de cambio (% Patrimonio Efectivo)	1.01%	2.36%	0.54%	7.25%



Riesgos No Financieros

Datos relevantes a diciembre 2022:

Medidas de mitigación en proceso por:

PEN 718 Mil Soles

De exposición histórica

Eventos de pérdida representaron el 22.82% del apetito y un 20.75% de la tolerancia al riesgo operacional, la disminución se debió que a partir del 2022 los gastos de la pandemia ya no son tomados como pérdida, al presupuestarlos tal como dice la normativa SBS

Se implementaron y se dieron por cerradas todas las recomendaciones de auditoría interna para Riesgos No Financieros

En Continuidad del Negocio se actualizó el BIA de los procesos de SCP en el sistema corporativo ARK@, se realizaron pruebas con escenarios de ciberseguridad y con proveedores significativos, DRP y se mantiene el monitoreo de sus niveles de servicio (SLAs)

En Seguridad de la Información y Ciberseguridad se han implementado proyectos para mejorar la gestión de los riesgos asociados (DLP, MDM, System Center, Mejoras en la gestión de accesos) y otros están en curso (NAC, Seguridad en Office 365.)

A nivel de Riesgo Tecnológico, como parte de superar la Obsolescencia tecnológica, Tecnología procedió a migrar los servidores y servicios de México al Data Center del Banco Santander.

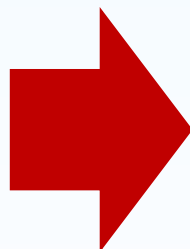


Riesgo Operacional

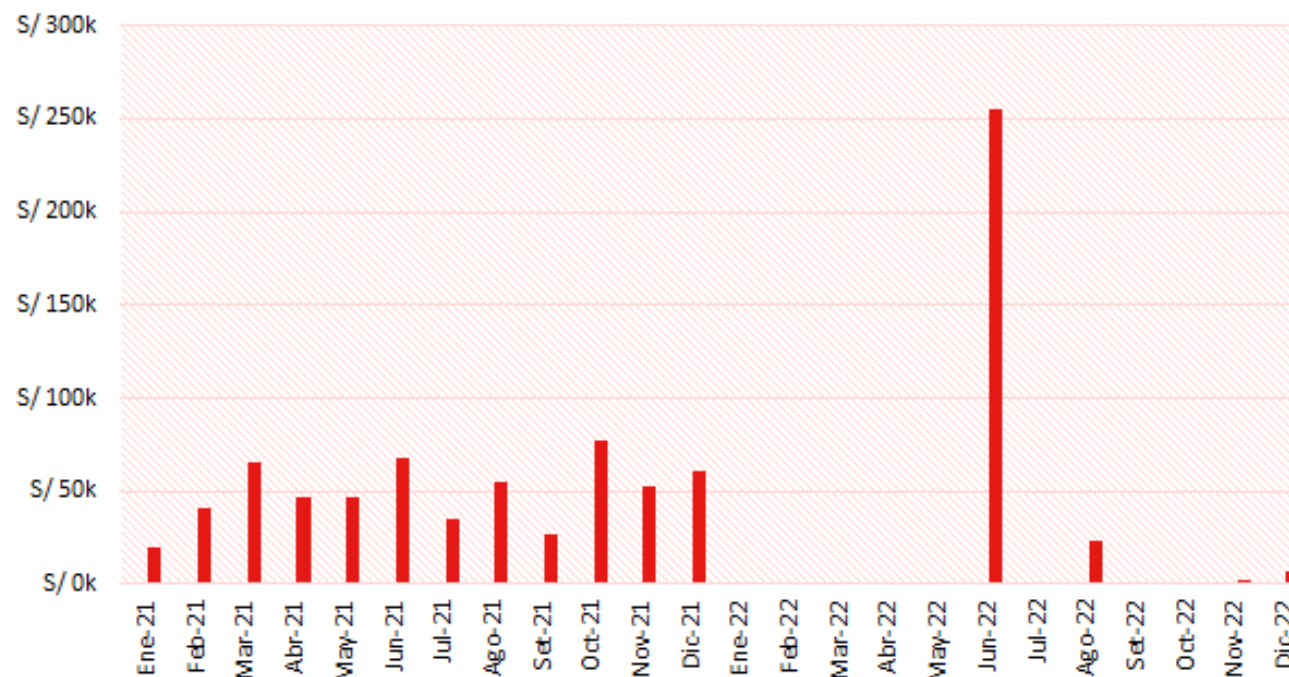
Datos relevantes a diciembre 2022:

Al cierre de diciembre 2022, SC Perú el acumulado anual de pérdidas fue de **S/ 289,534.11**, las cuales están sobre todo relacionados a crédito mal otorgados (iletrados) y multa de la SBS por haber excedido en mas del 30% las transferencias realizadas a banco Santander durante el año 2017 y 2020. . Así mismo, se tiene un monto de **S/ 119,968** al cierre diciembre, por concepto de provisiones legales acumuladas.

Mes	Nº de eventos de pérdida	Monto (S/)
Ene-21	13	S/ 20,103.48
Feb-21	15	S/ 41,148.96
Mar-21	16	S/ 65,157.46
Abr-21	21	S/ 46,886.51
May-21	12	S/ 46,225.47
Jun-21	15	S/ 67,593.11
Jul-21	49	S/ 34,908.54
Ago-21	20	S/ 54,606.70
Set-21	10	S/ 27,042.33
Oct-21	24	S/ 77,548.77
Nov-21	10	S/ 52,094.18
Dic-21	21	S/ 61,007.00
Ene-22	0	S/ 0.00
Feb-22	1	S/ 850.92
Mar-22	1	S/ 36.00
Abr-22	0	S/ 0.00
May-22	3	S/ 550.00
Jun-22	22	S/ 254,616.54
Jul-22	0	S/ 0.00
Ago-22	1	S/ 23,770.50
Set-22	0	S/ 0.00
Oct-22	2	S/ 774.81
Nov-22	1	S/ 2,555.49
Dic-22	2	S/ 6,378.85
Total	259	S/ 883,855.62



Montos registrados en la BDEP de SCP 2021-2022



Riesgo Operacional

Datos relevantes a diciembre 2022:

SCP presenta los siguientes valores de apetito, tolerancia, exposición y requerimiento patrimonial por riesgo operacional:



A diciembre del 2022 se cuentan con los siguientes riesgos residuales, estos resultados se han actualizado de acuerdo a las autoevaluaciones de riesgos operacionales, una vez concluido el ciclo completo y con la implementación de los planes de acción se tiene un mapa de riesgos que refleja el nivel actual de los riesgos operacionales de SCP.

MAPA DE RIESGOS OPERACIONALES SCP		Efectividad de controles y mitigantes				Total general
Riesgo		Muy alta	Alta	Moderada	Baja	
Riesgo Insignificante	10					192
Riesgo Bajo	51					
Riesgo Medio	131					
Riesgo Alto	0					
Riesgo Extremo	0					
Total general		10	51	131	0	192



Transformación Digital



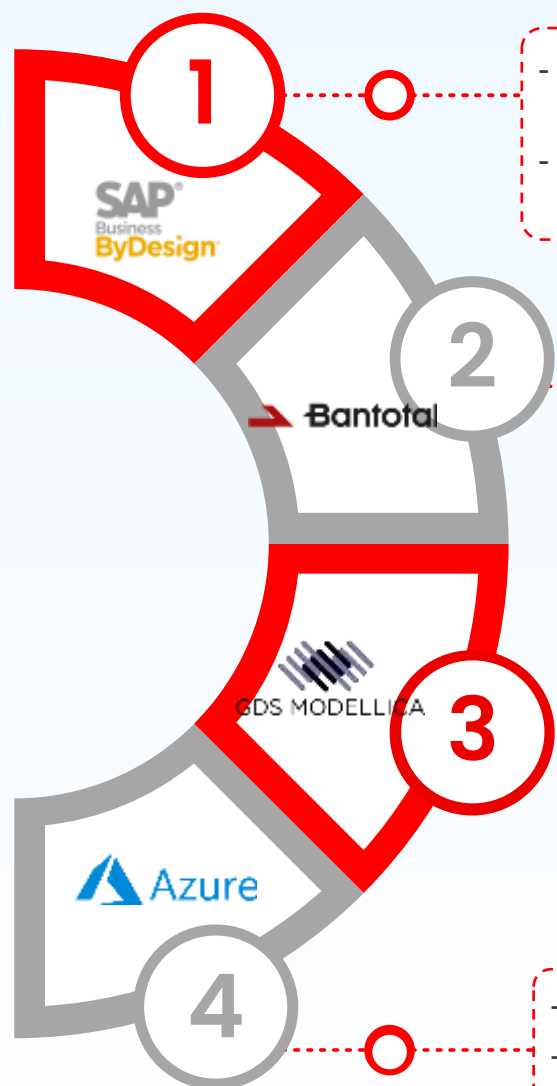
Estrategia Digital

- 1 Ahorros generados: Se redujo costos de servicios anuales desde México con SGT y GSNET.
- 2 Ahorros generados: Se redujo costos de servicios anuales desde Brasil no incurridos con ACCENTURE.
- 3 Eficiencia operativa: Se logró mejor rendimiento en las aplicaciones que se migraron en los servidores locales debido a la reducción de la latencia.

Cierre de Recomendaciones de Auditoria 2020 – 2021 – 2022

- 1 Mejora en la seguridad: Permitió implementar medidas de seguridad adicionales que redujeron el riesgo de ciberataques.
- 2 Aumento de la eficiencia: Se logró reducir los tiempos de espera y aumentar la productividad de la organización
- 3 Mejora de la efectividad: Se logró mejorar la capacidad para cumplir los objetivos y metas de la organización
- 4 Cumplimiento regulatorio: Se logró evitar sanciones por incumplimiento normativo.





Anteproyecto y Lanzamiento del Proyecto Nuevo ERP

- **Integración de procesos empresariales:** Proporciona una solución de software empresarial completa, integrando procesos empresariales como finanzas, compras, ventas, recursos humanos y análisis de datos.
- **Flexibilidad:** La solución es escalable y se puede adaptar a medida que la organización crece y cambia, lo que permite ajustar el modelo de negocio y mejorar la eficiencia de las operaciones.

Anteproyecto y Lanzamiento del Proyecto Nuevo CORE

- **Solución integral:** Ofrece una solución integral para la gestión de clientes, productos y servicios financieros.
- **Eficiencia operativa:** Ayudará a mejorar la eficiencia operativa al automatizar los procesos
- **Escalabilidad:** Es una plataforma escalable que puede crecer y adaptarse a medida

Anteproyecto Nuevo MOTOR

- **Mayor precisión en la evaluación del riesgo de crédito.**
- **Cumplimiento normativo:** Ayuda a los usuarios a cumplir con las normativas y requisitos regulatorios.
- **Ahorro de tiempo y recursos:** Permite a los usuarios realizar analítica de comportamiento y hacer ajustes antes de construir prototipos, lo que permitirá ahorrar tiempo y costos de desarrollo

Lanzamiento del Proyecto Nuevo FRONT

- **Escalabilidad:** Permite escalar las aplicaciones y servicios sin invertir en infraestructura adicional
- **Flexibilidad:** Es compatible con una amplia variedad de tecnologías y herramientas de desarrollo
- **Seguridad:** Ofrece múltiples capas de seguridad para proteger los datos y las aplicaciones de los usuarios



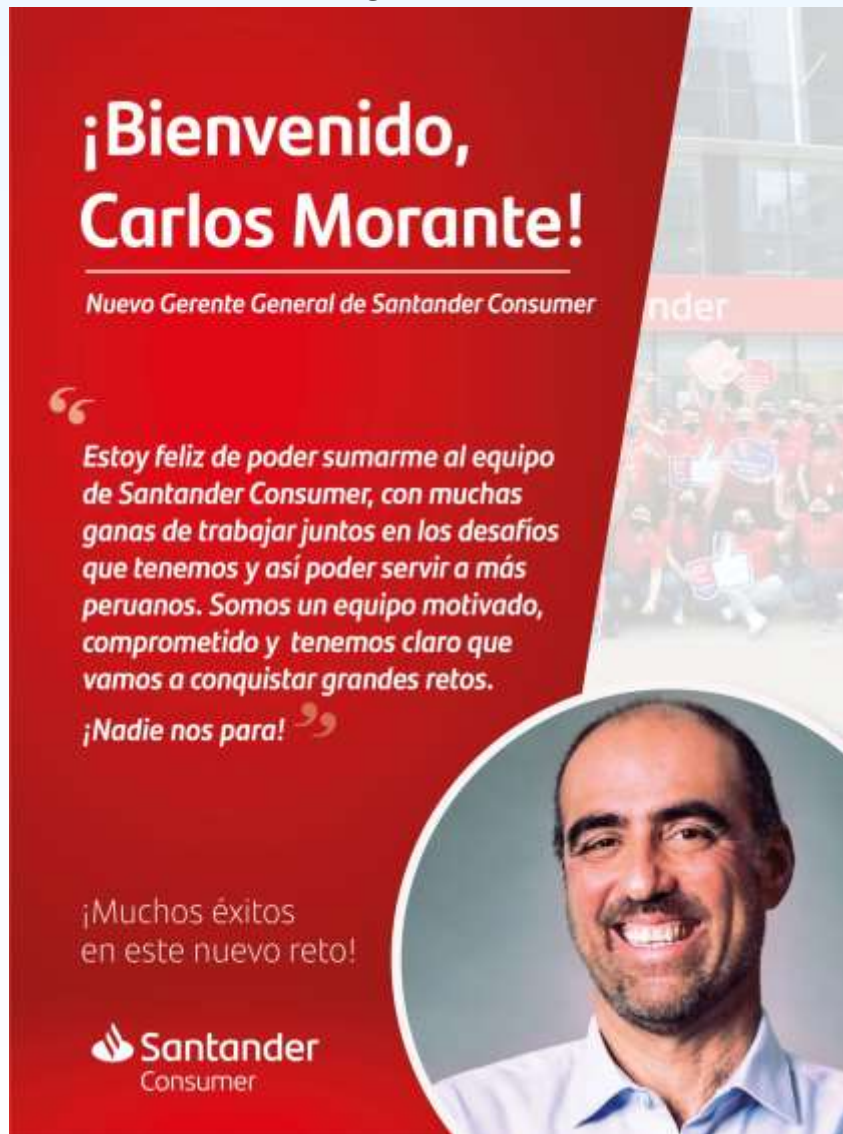
Gestión del Talento Humano

Oficinas

En Santander Consumer tenemos como objetivo crear cercanía, y empezamos desde la adaptación de nuestras oficinas asociados a nuestra Cultura TEAMS con ambientes amplios donde hay mesas colaborativas y trabaja un líder junto a su equipo para juntos cocrear ideas.



Un liderazgo más cercano



**¡Bienvenido,
Carlos Morante!**

Nuevo Gerente General de Santander Consumer

“Estoy feliz de poder sumarme al equipo de Santander Consumer, con muchas ganas de trabajar juntos en los desafíos que tenemos y así poder servir a más peruanos. Somos un equipo motivado, comprometido y tenemos claro que vamos a conquistar grandes retos. ¡Nadie nos para!”

¡Muchos éxitos en este nuevo reto!

**Santander
Consumer**

El ingreso de Carlos ha sido muy positivo para el desarrollo de la CONFIANZA en Santander Consumer. Junto a él, se vienen ejecutando diversas iniciativas y cambios desde su gestión como líder, dando muchas veces el ejemplo y formando parte activamente de las diversas iniciativas, así como su participación en videos, testimonios, campañas y más.



Reconociendo a Colaboradores



Completando el mural de mes del Orgullo



Participación en videos



Reunión de integración con los Gerentes Líder +

“Modalidad Flexiworking Santander”

Esta iniciativa nace luego de analizar que “la nueva realidad” nos ha enseñado las ventajas del trabajo en remoto a la vez que ha puesto de manifiesto la importancia de la oficina como el lugar principal desde el que realizamos nuestro trabajo, lo que obliga a una reflexión de cómo queremos trabajar en Santander en el futuro y cómo podemos ofrecer la mejor experiencia a nuestros empleados



La idea es poder desarrollar el potencial de nuestro equipo en un ambiente donde el colaborador pueda venir cuando desee, reforzando y fortaleciendo el equilibrio trabajo- familia

Tips a través de correo



The infographic is titled 'DESCONEXIÓN DIGITAL' and features the Santander logo in the top right corner. It includes a photo of a person relaxing in a chair. The text is as follows:

Estimado equipo

Como parte de nuestra Cultura Santander tenemos muy presente que la **desconexión digital** es importante para mejorar nuestra productividad y bienestar.

Por ello, con estos tips, respetamos desde nuestras posiciones el tiempo en familia y el tiempo personal:

- 1** El tiempo de desconexión digital es para todos y tiene una duración de al menos 12hrs continuas en un periodo de 24 hrs.
- 2** El Banco podrá asignar tareas o remitir comunicaciones durante el periodo de desconexión digital, siempre teniendo en cuenta que el colaborador **podrá elegir** si atiende o no estos encargos.
- 3** Hagamos más eficiente nuestra jornada y estemos disponibles dentro de nuestro horario laboral. **Las reuniones deben ser restringidas a partir de las 7:00 pm** y prioricemos ser cuidadosos con la disponibilidad de los demás.
- 4** Nuestro foco es el cliente, procuramos solucionar dudas o inconvenientes **dentro de nuestro periodo laboral**.

En Santander nos preocupamos por ti, te cuidamos y respetamos tu tiempo. El cuidado de los horarios es el cuidado de nuestro bienestar

At the bottom, there is a row of five circular icons with the letters T, E, A, M, and S, each with a corresponding phrase: 'Trabaja tu tiempo', 'Equilibra tu vida', 'Activa tu salud', 'Mantén tu energía', and 'Sé feliz'.

“Nuevos Comportamientos TEAMS”



Teniendo como precedente lo vivido con la pandemia a nivel mundial, era necesario evolucionar para poder liderar en el mundo moderno. Por eso, luego de escuchar a los miles de colaboradores de **Santander a nivel global**, nuestros comportamientos fueron modificados alrededor de una sola palabra: **“T.E.A.M.S”**. Cada letra representa un comportamiento, facilitando la comprensión y memorización.



Merchandising TEAMS



Concursos



Colaboradores participando



“GYMKANA TEAMS”



Como parte de la estrategia para que el equipo interiorice nuestros comportamientos, realizamos una Gymkana TEAMS. Donde formamos 5 equipos que representaron cada comportamiento, y cada juego estaba alineado a ello, de esta manera nuestros colaboradores pudieron vivir de manera lúdica y creativa nuestra cultura T.E.A.M.S



Algunas piezas comunicacionales

Confianza

El Plan Conquista tiene como objetivo educar sobre nuestras acciones y explicar a **nuestros colaboradores** el **porqué** de lo que **hacemos** siendo **totalmente transparentes**.

El despliegue de esta campaña se ideó a **manera de expedición** y se creó un mapa para darle un orden de **"conquista"** a cada objetivo. De esta manera buscamos que las distintas áreas se sientan parte del trabajo que, en conjunto, nos dará la oportunidad de alcanzar las metas de nuestro Plan Estratégico.



“Plan Conquista”

Realizamos una serie de acciones como parte de esta campaña para comunicar el mensaje y, sobre todo, que el equipo lo interiorice:



Brandeo de las Oficinas



Pack Plan Conquista a cada Colaborador



Comunicación Intriga



Kick Off Plan Conquista



Piezas Refuerzo

“Plan Conquista”



Carlos Morante, dando avances de nuestros Plan estratégico, “Plan Conquista”



Todos los colaboradores reunidos en la reunión de avances de Plan Conquista



Reconociendo avances

Aprovechamos el espacio de Conectados, un espacio presencial para compartir estatus de cada objetivo, donde nuestros colaboradores conocen cifras, porcentajes de avance y más. Estas reuniones son lideradas con mucho entusiasmo por nuestro Gerente General.

“BOLETIN SCP”



BOLETÍN SCP

Edición Mayo

Conoce nuestro nuevo “Boletín SCP”, donde te podrás informar de todas las novedades, acontecimientos, noticias y eventos del mes.

Haz clic aquí e ingresa al link



Un entregable digital donde se mantiene informado al colaborador sobre los avances de campañas, objetivos comunicar los nuevos ingresos al equipo y acontecimientos relevantes en el mes. Además, nuestro Boletín nos ayuda a reforzar el tema de reconocimientos.



Date tu tiempo

BE SMART
¡Ahorrar para ganar!

Conoces las propuestas de ahorro de Be Smart

¡Gracias a todos por sumarse a Be Smart pronto conoceremos a los ganadores!



Ingresos Mayo

El meme del mes

¡Bienvenidos a la gran familia de Santander Consumer!

Páginas de nuestros boletines



¡Así celebramos Fiestas Patrias!

¡Gracias a todos por sumarse a Be Smart pronto conoceremos a los ganadores!



Ingresos Operacionales

Gracias a los clientes con el "Gran Circo" y el espectáculo "Love"





“Be Healthy”

Otro de los temas de vital importancia y de alta prioridad en Santander Consumer es la salud física y mental de nuestros trabajadores, por eso, a lo largo de este 2022 venimos potenciando nuestro programa corporativo “Be Healthy Santander”.



Salud Mental



Involucramiento de nuestros líderes

Campaña Actitud Behealthy.

Constantemente buscamos generar campañas saludables que el colaborador posicione como hábitos.

“Reto de la Balanza”



Piezas con tips de salud para acompañar la campaña




El Reto de la Balanza

Recuerda que el 17 de diciembre conoceremos a los ganadores del Reto de la Balanza.

1er puesto

2do puesto

¡Nos quedan pocos días!
Tú puedes ser el ganador de este reto

Santander Consumer



Ganadores del El Reto de la Balanza

1 JUAN PAZ
Logró bajar **7k 600 g**
PREMIO
1 fin de semana en el Hotel Aranwa en Paracas

2 FABIOLA BUTLER
Logró bajar **7 kilos**
PREMIO
Cena para 2 personas

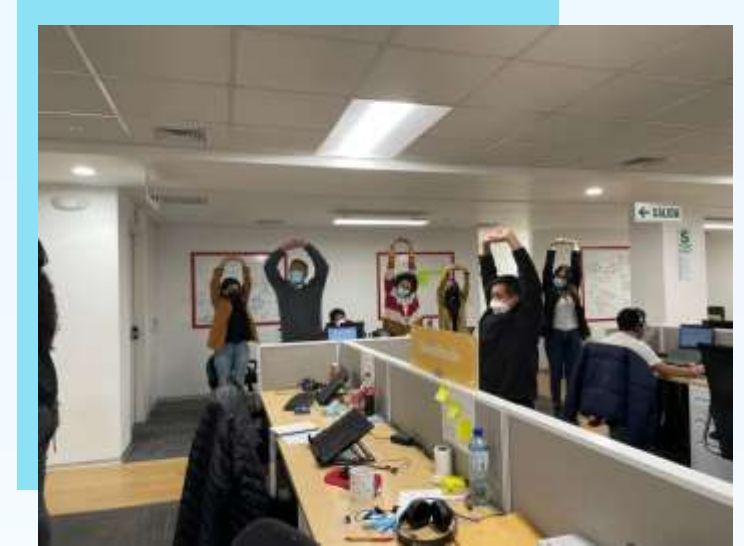
¡Felicidades!
Lograron superar el reto gracias a su compromiso y disciplina.

Santander Consumer

“Date un tiempo”



Son dinámicas de 15 minutos, donde todos los miércoles armamos un ambiente súper jovial y entretenido para poder hacer ejercicios de estiramiento, respiración y tomarnos un momento dentro del trabajo diario.



Colaboradores
participando de
“Date un Tiempo”

“Programa de Salud Mental”

Programa de Salud Mental 2022

Estimados colaboradores, en **Santander Consumer** nos preocupamos por tu bienestar integral, por ello hemos programado charlas mensuales que beneficiarán tu salud mental.

A continuación te compartimos el cronograma:

Tema	Fecha/Horario
Salud Mental en tiempos de Covid	12 de mayo - 5 a 6 p.m.
Manejo de Estrés	9 de junio - 5 a 6 p.m.
Reforzando mi inteligencia emocional	14 de julio - 5 a 6 p.m.
Comunicación asertiva / convivencia saludable	11 de agosto - 5 a 6 p.m.
Equilibrio trabajo - familia	8 de septiembre - 5 a 6 p.m.
Autocuidado Mental	13 de octubre - 5 a 6 p.m.

Todas las charlas serán virtuales y el link te lo enviaremos cerca a la fecha programada.



1ª Charla

"Salud Mental en tiempos de Covid"

Te invitamos a la siguiente charla:



Fecha: Jueves 12 de mayo
Hora: 5:00 p.m. a 6:00 p.m.
Especialista:
 Psicóloga Kimberly Mercado
[Haz clic aquí para ingresar](#)
¡Te esperamos!



3ª Charla

"Reforzando mi Inteligencia Emocional"

Te invitamos a la siguiente charla:



Fecha: Jueves 14 de julio
Hora: 5:00 p.m. a 6:00 p.m.
Especialista:
 Psicóloga: Kimberly Mercado
[Haz clic aquí para ingresar](#)
¡Te esperamos!



6ª Charla

"Autocuidado Mental"

Te invitamos a la siguiente charla:



Fecha: Jueves 13 de octubre
Hora: 5:00 p.m. a 6:00 p.m.
Especialista:
 Psicóloga: Kimberly Mercado
[Haz clic aquí para ingresar](#)
¡Te esperamos!



Algunos temas de las charlas de salud mental

Este año desarrollamos nuestro **“PROGRAMA DE SALUD MENTAL”**, donde brindamos charlas mensuales a cargo de una especialista, dirigidas a nuestros colaboradores internos y externos, donde tocamos temas como la salud mental en tiempos de COVID, manejo del estrés, inteligencia emocional, comunicación asertiva, convivencia saludable, entre otros. Un espacio seguro, donde compartimos información, resolvemos dudas y brindamos tips valiosos que las personas pueden aplicar en su día a día y con sus familias.

Este programa nació porque encontramos una oportunidad para brindar a los hijos y familiares menores de edad de los colaboradores un espacio, con diversos talleres vacacionales. Este año se desarrolló la primera edición y contamos 9 talleres y más de 70 inscritos.

“Summer School”

Piezas de Lanzamiento



SUMMER SCHOOL
Talleres Virtuales

1+2
Dirigido a niños de 3 - 11 años

¡Diviértete aprendiendo con Santander Consumer!

¡Conéctate hoy lunes 7 junto a los más peques de casa a nuestro evento de inauguración y conoce un poco más de los talleres!

4 7 14:00 Zoom
Lunes p.m. virtual

Haz clic aquí para conectarte

Recuerda que hoy es el último día para las inscripciones

¡Los esperamos!

AXIS Santander Consumer



Nuestros profesores

Leticia López
¡Hola! Soy Licenciada en educación inicial, tengo tres especialidades en escuela infantil Montessori, estoy muy contenta de poder dirigir en este verano los talleres creativos, ya que me abre muchas puertas en mi corazón en conocer nuevas alegrías de cada niño

Mauricio Rodríguez
¡Hola! Soy Actor, director y dramaturgo egresado del Conservatorio de Artes Escénicas de la Universidad La Salle. Juntos aprenderemos a ser un Youtuber de impacto con técnicas muy fáciles y caseras. ¡Te espero en mi taller para explorar tu creatividad!

Santander Consumer



SUMMER SCHOOL
Talleres Virtuales

¡Bienvenido a Summer School!

Gracias por inscribirte al taller de "Dibujos Animados"

Martes 8 de febrero - 10 a.m.

Ten cuenta los materiales que usaremos para esta sesión

Tijeras 4 hojas bond Plumones gruesos y delgados Lápiz Borrador

Te dejamos el link de Zoom del taller debajo del comunicado

AXIS Santander Consumer



Santander Consumer

4:17

Pieza de Cierre



SUMMER SCHOOL
Talleres Virtuales

¡Culminamos con éxito nuestros talleres virtuales!

En Santander Consumer nos sentimos orgullosos de haber impactado en el desarrollo de los más pequeños de casa a través de nuestro programa "Summer School 2022"

9 +70
Talleres dictados para niños de 3 - 11 niños inscritos

¡Gracias a todos por ser parte de Summer School!

AXIS Santander Consumer

“Día de la Amistad”



En este día, los colaboradores dejaron un mensaje de amistad a su área o compañero en el mural que tenemos en las oficinas y disfrutaron de un delicioso desayuno en equipo.

“Día de la Mujer”

Desarrollamos la campaña “Break the Bias”. Así mismo, en nuestras redes sociales, compartimos una gráfica en nuestro LinkedIn destacando el testimonio de Ivette Cruz, quien ha venido desarrollando una línea de carrera en la empresa y es un ejemplo claro de la igualdad de oportunidades que ofrecemos en Santander Consumer.



Santander Consumer Perú
13.649 seguidores
7 meses • Editado •

¡En Santander Consumer el talento no tiene género! 🌟

En el mes que conmemoramos el Día de la Mujer, te compartimos el crecimiento de **Ivette del Carmen Cruz Vargas**, nuestra Líder de Capacitación, que gracias a su esfuerzo y compromiso diario sigue forjando su trayectoria profesional y personal.

¡PorUnMundoMásEquitativoParaTodos!

#talento #crecimiento

Ivette Cruz
Líder de Capacitación

Desliza y conoce el crecimiento de Ivette

Santander Consumer

Tú y 142 personas más
33 comentarios · 5 veces compartido

“Día del Síndrome de Down”

Con un mensaje de inclusión y rompiendo los estereotipos que existen sobre las capacidades de las personas con esta condición, invitamos a la ONG Dulce Acción a nuestras oficinas, quienes se dedican a la preparación y venta de postres realizados por ellos mismos.



“Día de la Madre”



Conmemoramos y celebramos a todas las madres de nuestro equipo brindándoles una experiencia elegida por ellas mismas a través de una gift card que se canjeó en una plataforma, donde encontraron diversas experiencias y pudieron elegir la que más les gustaba.

“Día del Padre”



Realizamos la misma dinámica con los padres de nuestro equipo, quienes eligieron la canasta que más les gustaba.

“Día del Niño

Enviamos un box personalizado a cada niño para que puedan disfrutar de una tarde de películas. Además, como parte de nuestro compromiso con la educación, nos unimos con la ONG Kantaya y compartimos con nuestro equipo la oportunidad de donar S/30 y poder darle educación de calidad a niños con escasos recursos.



Educación, el mejor regalo

El Mes del Niño es motivo para celebrar a la generación del futuro, y qué mejor regalo que un futuro brillante.

Súmate con S/30 y dona 1 mes de educación a un niño Kantaya

KANTAYA
Santander
Consumer

“Fiestas Patrias”

Realizamos una campaña de donación de víveres para una olla común como parte de nuestro programa Santander Sumando llamada “En estas Fiestas Da una mano por el Perú” así como también una serie de actividades conmemorativas por nuestro aniversario patrio.



Este 28 de julio

Da una mano por el Perú

Estas Fiestas Patrias necesitamos de tu ayuda.

Hagamos la diferencia apoyando a quienes más lo necesitan. Este año, y como primera iniciativa oficial del nuestro nuevo programa corporativo de responsabilidad social, Santander Sumando, hemos elegido al proyecto de Ollas Comunes de Villa María del Triunfo.

¿Cómo puedo apoyar?

- ✓ Donando (hasta el 27 de julio)
 - Viveres
 - Frutas
 - Harina
 - Legumbres
- ✓ Armando los packs
 - Podrás inscribirte en turnos de medio hora, del 3 al 5 de agosto.
- ✓ Yendo a entregar las donaciones
 - El sábado 6 de agosto iremos a entregar las donaciones y compartir con las familias de VMT.

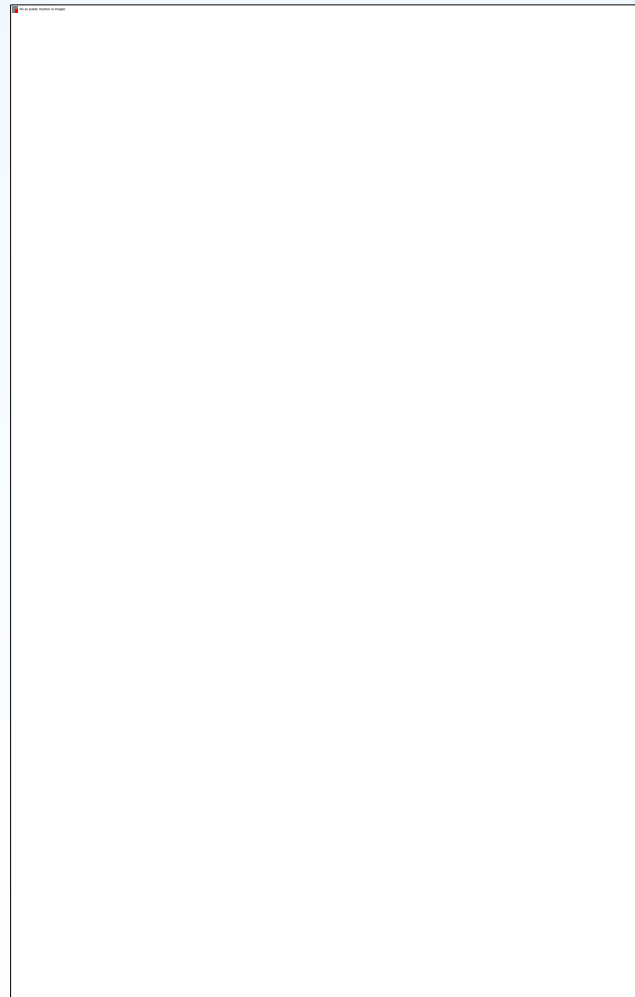
Punto de acopio

Oficina Principal:
C. Anacleto Medina Rojas 811, San Isidro

¡Inscríbete aquí!







Realizando las donaciones

Se logro armar 80 cajas con donaciones por nuestros propios colaboradores



“Fiesta de Fin de Año - 10 años”

En este gran encuentro, festejamos con toda la organización la llegada de un nuevo año con una celebración por los logros obtenidos y premiando los resultados de áreas y colaboradores destacados. Buscamos que cada celebración de aniversario queden en la mente y el corazón de nuestros colaboradores.



“Semana/Aniversario Santander”



Challenge Tik Tok

Esta celebración ya está institucionalizada y es una tradición dentro de nuestro calendario de festejos. La realizamos una vez al año e involucra a toda la organización, convirtiendo esta fecha en una gran celebración que pone a prueba el ingenio y la creatividad de nuestros colaboradores.

Los mismos colaboradores elegían el modelo de su uniforme, a través de una encuesta. Esto les permite sentirse cómodos y listos para una atención A1 al cliente.

¡Tú eliges nuestro uniforme 2022!

Estimado colaborador,

Te invitamos a completar la siguiente encuesta para poder conocer el **uniforme que prefieres** para este 2022.

Complétala haciendo clic aquí

Recuerda que la opción más votada definirá nuestro uniforme.

¡Contamos Contigo!




¡Ya elegimos nuestro uniforme 2022!

Estimado colaborador,

Te informamos que la opción ganadora para el uniforme 2022 es:

2 camisas/blusas + 1 polo pique

Por ello, te pedimos, por favor completes esta nueva encuesta hasta el **miércoles 02 de febrero** con tus medidas para así evitar cambios o errores en los tallas del uniforme.

Haz clic aquí

Recuerda que:

- El uso del uniforme es obligatorio.
- No podrás usar ninguna camisa o polo que no sea el uniforme 2022.
- Cada semana se supervisará en patios el cumplimiento del correcto uso del uniforme.
- El no usar uniforme, será motivo de una amonestación.




¡Conoce nuestro Código de Vestimenta 2022!

Te presentamos nuestro uniforme 2022.

Blusa / camisa

mujer

hombre



Polo

hombre

mujer



Recuerda que:

- El uso del uniforme debe ser con pantalón negro y zapatos negros.
- El uniforme es obligatorio, por ello no podrás usar ninguna camisa/bolsa o polo que no sea el uniforme.
- Cada semana se supervisará en patios el cumplimiento del correcto uso del uniforme.
- El no usar uniforme, será motivo de una amonestación.

¡Porque nuestros clientes merecen nuestra mejor presentación!



“Nuestros medios de comunicación”

Para tener mayor comunicación con todos nuestros colaboradores, hemos repotenciado nuestros canales de comunicación y hemos creado un Yammer Corporativo que permite que nuestros colaboradores interactúen y comenten con todo el equipo de SCP. Un canal que nos acerca y nos conecta.

Cumpleaños

Correo



LinkedIn



Campañas



Participación genuina de nuestros colaboradores

Yammer



Mural del Orgullo

Hemos desarrollado diversas iniciativas para seguir rompiendo estas limitantes, abrazar nuestras diferencias y potenciar nuestros talentos.



Mural del
Orgullo



Charlas



Maximizar el Talento Humano

“Trainee Santander Consumer.”

El programa busca desarrollar la versatilidad y potenciar las competencias a través de desafíos y herramientas que aceleran su desarrollo.

Los practicantes participan de una serie de capacitaciones que desarrollará su visión 360 del negocio y podrán conocer todas las áreas, de esta manera logramos formar profesionales que tengan contacto con todos los servicios que ofrecemos como empresa y puedan estar listos para cubrir alguna posición que se aperture.



Maximizar el Talento Humano

“Semana del Feedback.”

Este modelo de feedback se ve plasmado a través de una evaluación de desempeño realizada por los líderes de cada equipo y la cual está relacionada con los nuevos comportamientos T.E.A.M.S. y que distingue su cumplimiento tomando en cuenta el cargo de cada individuo. La idea es que nuestros colaboradores puedan ser evaluados por sus jefes y recibir alcances puntuales sobre sus puntos de mejora. Así mismo, los colaboradores pueden brindarle un feedback asertivo a sus jefes, fomentando el crecimiento mutuo y el desarrollo de su potencial.



Semana del FEEDBACK

Del **11 al 15** de julio

Evaluación de plantilla por cada colaborador a cargo y envío a Recursos Humanos para la calibración.

Pasos para realizar la Evaluación

- 1 Descarga la plantilla adjunta.
- 2 Realiza de manera consciente la evaluación de cada colaborador de tu equipo **de acuerdo a su posición.**
- 3 Envía la plantilla a Recursos Humanos para la calibración.

Recuerda que en esta etapa Recursos Humanos debe aprobar la plantilla para que del 18 al 22 de julio **puedas realizar el feedback a tu equipo.**

 **Santander**
Consumer

Semana del **FEEDBACK**



Semana del FEEDBACK

Reconoce y promueve la comunicación para el crecimiento de tu equipo

Del **11 al 15** de julio

Evaluación de plantilla por cada colaborador a cargo y envío a Recursos Humanos para la calibración.

Del **18 al 22** de julio

Semana del Feedback

Cada jefe debe realizar un feedback a cada uno de sus colaboradores con la plantilla aprobada.

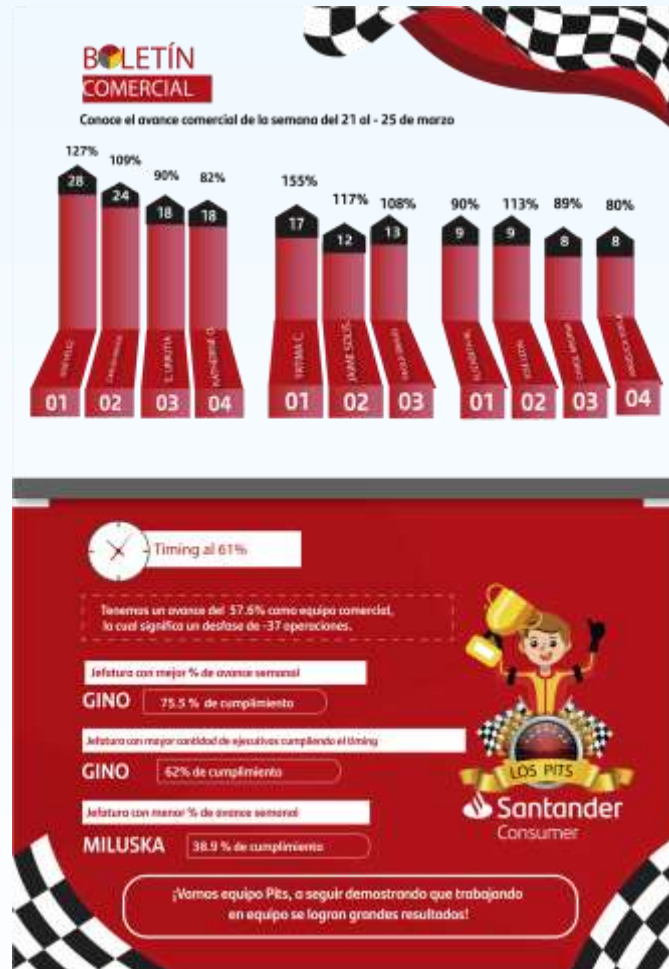
Te dejamos adjunto la plantilla de evaluación de feedback y el paso a paso de cómo dar un buen feedback.

Recuerda que en la plantilla hay 3 pestañas de evaluación (por posición)
Solo usa las plantillas de acuerdo a las posiciones que tienes en tu equipo.

Maximizar el Talento Humano

“PITS”

Una iniciativa exclusiva para el equipo comercial, donde son medidos y evaluados según su desempeño en ventas. Las piezas se difundían por correo y en las reuniones comerciales.



Frase Pits de la semana

El camino al éxito es **la actitud.**
¡Vamos Pits!

LOS PITS
Santander Consumer
AXIS



¡Felicitaciones!

Carol Medina
por

Ser la primera ejecutiva en desembolsar un crédito del PLAN 40 express

Queremos reconocer este logro con una **GIFT CARD SORPRESA** por ser **EL PRIMER DESEMBOLSO** de este producto.

¡Gracias por tu esfuerzo y dedicación!

LOS PITS



Maximizar el Talento Humano

“Break The Bias”

“BREAK THE BIAS (Rompe el sesgo)”.

Esta consistió en un video a cargo de los líderes donde motivaban a dejar nuestros prejuicios y romper el sesgo para fomentar un ambiente de igualdad y respeto por las mujeres. Además, se acompañó con la entrega de una pulsera brandeada, un polo para cada mujer de la empresa con los nombres de sus hijos



#BreakTheBias

Rompe el sesgo

En nuestro Banco reconocemos el rol de la Mujer en la sociedad, su aporte en el crecimiento económico, social y de nuestro país.

Por ello, estamos dando una relevancia especial al conmemorar este 8 de Marzo el **Día Internacional de la Mujer**, a través de la campaña **#BreakTheBias** que promueve IWD 2022 (International Women Day 2022).

Nuestro objetivo como Banco es seguir creando un contexto donde las cualidades de liderazgo femenino sigan siendo relevantes para mantener el equilibrio en nuestra gestión.

Cada uno de nosotros es responsable de sus acciones y pensamientos en nuestro día a día, por eso los invitamos a cruzar las manos como símbolo de **#BreakTheBias** y elegir desafiar la desigualdad, denunciar los prejuicios, reflexionar sobre nuestros propios estereotipos, celebrar los logros de las mujeres y, colectivamente, ayudar a forjar un mundo equitativo.



¿Cómo ser parte de #BreakTheBias?

Ven y tómate una foto con las manos cruzadas en señal de tu compromiso a tomar acción el día miércoles **2 de marzo** entre **10:00 am y 01:00 pm** en la recepción del **Piso 14**.

Todas las fotos serán compartidas el 8 de marzo, de manera interna, global y en nuestras plataformas externas.

Por un mundo con igualdad de género.
Un mundo libre de prejuicios, estereotipos y discriminación.
Un mundo diverso, equitativo e inclusivo.
Un mundo donde la diferencia es valorada y celebrada.
Juntos podemos forjar la igualdad de las mujeres, colectivamente todos podemos **#BreakTheBias**.





Maximizar el Talento Humano

“Convenios Educativos”

¡Felicitamos a nuestros colaboradores que apuestan por su continua capacitación!

Curso de especialización en
SCRUM

Primeros puestos:

Gaby Pérez Maggie Canelo Kenneth Espinoza

Curso de especialización en
SCRUM

Modalidad: Online Fecha de inicio: 18 de julio

Información en el adjunto

[Inscríbete](#)



Santander

Convenios Corporativos

EDUCACIÓN



Enterate más

“Huella de Carbono”

Nuestra segunda estrella del **Proyecto Huella de Carbono** a cargo del Ministerio del Ambiente, reafirman nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente. En menos de 1 año hemos logrado 2 certificaciones que confirman nuestro compromiso de realizar acciones más ecológicas en nuestro país. Estas 2 certificaciones son proyectos que nos ayudan a la reducción de la contaminación en escalas medibles y a largo plazo.



El Ministerio del Ambiente del Perú le otorga a

ENTIDAD DE DESARROLLO A LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA SANTANDER CONSUMO

Maximizar el Talento Humano

Algunas piezas gráficas para impulsar la campaña y Comunicar el reconocimiento

“Huella de Carbono”



“Onboarding”

Hemos renovado nuestro proceso de inducción para el personal comercial, el cual antes requería de la presencia de los distintos líderes, por lo menos, dos veces al mes, mermando en su tiempo de trabajo. Por eso, se confirmó la contratación de Ivette Cruz, nuestra **líder de capacitación**, quien recibe a todos los talentos nuevos para brindarles una inducción completamente dinámica, didáctica, directa y puntual apoyándose en el nuevo material audiovisual desarrollado por nuestra **nueva especialista en capacitaciones virtuales**,.



Gracias a estas nuevas dinámicas de selección, hemos reducido el nivel de rotación de 18% a 8% en 6 meses. Esto nos ayuda a encontrar mejores talentos que sumen a los objetivos comerciales de Santander Consumer.

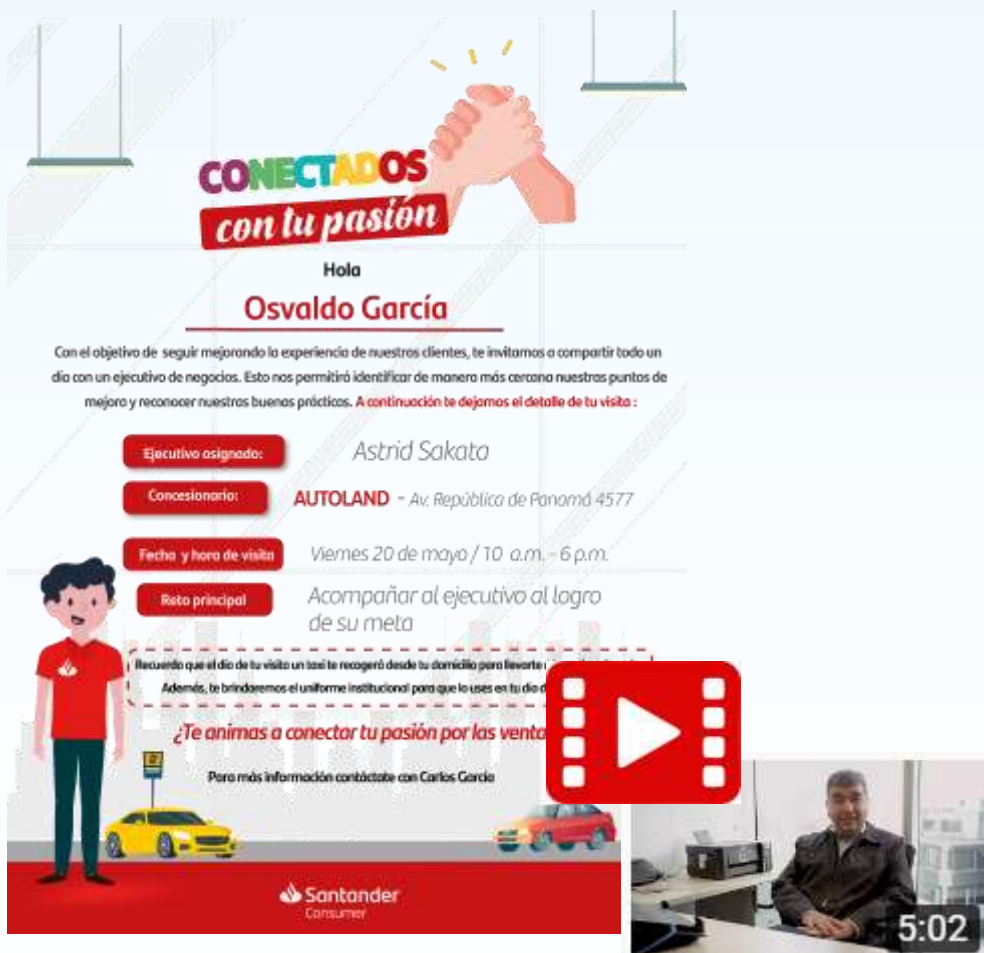
“CONECTADOS”



Esta iniciativa nace por parte de nuestro gerente general con la finalidad de generar confianza a través de una imagen de cercanía y comunicación constante.



“CONECTADOS CON TU PASIÓN”



CONECTADOS con tu pasión

Hola
Osvaldo García

Con el objetivo de seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes, te invitamos a compartir todo un día con un ejecutivo de negocios. Esto nos permitirá identificar de manera más cercana nuestros puntos de mejora y reconocer nuestras buenas prácticas. A continuación te dejamos el detalle de tu visita:

Ejecutivo asignado: Astrid Sakata

Concesionario: AUTOLAND - Av. República de Panamá 4577

Fecha y hora de visita: Viernes 20 de mayo / 10 a.m. - 6 p.m.

Meta principal: Acompañar al ejecutivo al logro de su meta

Recuerda que el día de tu visita un taxi te recogerá desde tu domicilio para llevarte.
Además, te brindaremos el uniforme institucional para que lo uses en tu día.

¿Te animas a conectar tu pasión por las ventas?

Para más información contáctate con Carlos García

Santander Consumer

5:02

Fueron 6 visitas en total a cargo de los gerentes de las áreas de Santander Consumer, donde se involucraron al 100% en todo el proceso y, sobre todo, en los distintos puntos de dolor que tienen los ejecutivos comerciales en su trabajo diario.

Nuestros Gerentes y Jefes realizaron una visita a los patios donde experimentaron junto a un ejecutivo comercial el proceso de venta y la atención a nuestros clientes. Estamos seguros que en este espacio se generaron nuevas ideas para seguir mejorando y potenciar la colocación de créditos.



¡Gracias por su participación en esta iniciativa!



Augusto Gayoso y José Luis Vélez
Autoland



Augusto Chávez y Elizabeth Urrutia
Gacsa



Katia Zegarra y Miguel Cárcamo
Astara



Guillermo Ramírez y María Vilca
Alese



María Paz Goff y Ana Gómez
Gacsa



Renato Estrella y Fátima Cáceres
Alese



Janet Martínez y Vanessa Vargas
Alese



Osvaldo García y Carla Quispe
Maqbeta



Alex Díaz y José Pasco
Astara

“Líder +”

Esta iniciativa busca desarrollar el talento de nuestros gerentes y jefes a través de encuentros para potenciar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y la importancia del feedback.

A esto se suma la iniciativa de que cada líder puede dictar un curso, taller o capacitación gratuita a los miembros de Santander Consumer.



Estimados líderes,

Los invitamos a participar del programa “Líder +” donde tendremos 4 reuniones en el año. Estos espacios los ayudarán a potenciar sus habilidades de liderazgo, conocerse más entre ustedes y seguir trabajando en equipo.

Únete a nuestra primera reunión:

 **23**  **3 - 6**
Jueves p.m.

 **Sala Sum**
Primer piso de la oficina principal

¡Los esperamos!

“Líderes del Futuro”

Una iniciativa corporativa de Santander Consumer Regional que busca destacar y potenciar las habilidades de los mejores talentos con miras a la transformación regional de Santander Consumer. 3 fueron los seleccionados En Perú.



Pieza que les llevo a los seleccionados



Pieza Informativa



Programa de capacitación cultural para líderes:



Con el regreso a las actividades presenciales, venimos desarrollando reuniones con los líderes de nuestro equipo para refrescar y renovar la información sobre nuestros valores y comportamientos, con el objetivo de generar esta cascada y ellos puedan compartir los conocimientos con sus equipos de manera presencial.

“Misión Huascarán”

Una ONG que tiene como misión hacer posible que los pobladores de 40 centros poblados en 7 distritos del Callejón de Huaylas; Yungay, Ranrahirca, Mancos, Shilla, Amashca, Carhuaz y Recuay en el departamento de Áncash, puedan evolucionar más allá de sus limitaciones, desarrollando nuevas y mejores habilidades, de la mano de distintas herramientas de crecimiento que integran líneas de acción en temas de educación, salud, desarrollo económico y vivienda con la finalidad de transformar y mejorar la calidad de vida de estas poblaciones de manera integral.

¡Nos sumamos a acciones de responsabilidad social!

Misión Huascarán



Dulce de Fresa con Fresas

Este mes en Santander Consumer disfrutamos de deliciosas mermeladas artesanales y fresas solidarias gracias a Misión Huascarán. Todo lo recolectado ayudará a diferentes comunidades rurales vulnerables en Áncash.

¡Gracias a todos por sumarse a esta campaña!

“Proceso de Inducción”

A través del desarrollo de videos cortos con toda la información completa donde se explica el proceso comercial al 100%. Desde que un cliente solicita un crédito, hasta que se le desembolsa, qué áreas se involucran, qué productos tenemos, cómo se analiza en Riesgos, cómo se desembolsa, el servicio postventa y más. Todo esto en videos ágiles de máximo 5 minutos.



Innovación

Esta iniciativa nace con el objetivo de involucrar a todos los colaboradores en la búsqueda de soluciones para ajustar y reorganizar nuestros costos de operación a través del pensamiento creativo del equipo.



BE SMART
¡Ahorrar para ganar!

Alista las maletas que saber ahorrar te lleva a

DECAMERON DE PUNTA SAL
TODO PAGADO Y MÁS...

Conoce más sobre esta campaña, conectándote a la charla informativa:

14 jueves **4:00** P.m. **Teams** virtual

¡Te esperamos!

Santander Consumer



BE SMART
¡Ahorrar para ganar!

Conoce las propuestas de ahorro de Be Smart

Contratos digitales Gianmarco Rodríguez	Cambio de operador Nilo Grados	Eficiencia de activos informáticos Nilo Grados
Control de impresiones Sergio Fernández	Uso Compartido Diego Burga	Tarjetas Digitales Carlos Henríquez
Accesos y enlaces (varios) Lurdes Cárdenas	Pérdidas operacionales (varios) Sergio Díaz	Whatsapp Enterprise Thais Valderrama
Eficiencia de horas laborales Katherine Conde	Servicios asociados al vehículo Alexander Díaz	

¡Gracias a todos por sumarse a Be Smart, pronto conoceremos a los ganadores!

*Si has enviado tu propuesta y no aparece en este flyer, contáctate con Julio Cabrera

Santander Consumer



BE SMART
¡Ahorrar para ganar!

Ganadores

1er Nilo Grados
Eficiencia en Activos

2do Thais Valderrama
Chatbot

3er Nilo Grados
Cambio de Operador

Premio:
Viaje a Punta Sal (Decameron Resort) para dos (2) personas + un giftcard por el 5% del ahorro generado en los (3) primeros meses luego de la implementación de la idea.

Premio:
Cena para dos (2) personas en el Restaurante El Halcón + un giftcard por el 1% del ahorro generado en los (3) primeros meses luego de la implementación de la idea.



Premiación en Conectados

¡Conoce a la gran familia de Santander Consumer!





Gracias.

Nuestro propósito es ayudar a personas y empresas a prosperar. Nuestra cultura se basa en la creencia de que todo lo que hacemos debe ser:

Sencillo - Personal - Justo