



Memoria Anual **2025**

Es el momento

Contenido Memoria Anual 2025

CARTA DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

CARTA DEL GERENTE GENERAL

1

HISTORIA DE SANTANDER CONSUMO PERÚ

2

GESTIÓN DEL TALENTO

3

CLIENTES

4

COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO

5

ANTICORRUPCIÓN

6

CONDUCTA DEL MERCADO

7

NUESTRA INFORMACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

8

ANÁLISIS Y GESTIÓN DE RIESGOS

ANEXOS

CLASIFICACIÓN DE RIESGO

BALANCE GENERAL

Carta del Presidente del Directorio

Durante 2025, el Grupo Santander reafirmó su liderazgo en el sistema financiero global, fortaleciendo su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la excelencia operativa en un entorno económico dinámico y exigente. En el Perú, el año estuvo marcado por una recuperación macroeconómica: la actividad económica creció 3.4% interanual y la inflación se mantuvo dentro del rango meta del BCRP (1.5%), en un contexto respaldado por indicadores sólidos, reservas internacionales robustas y una deuda pública contenida (32% del PBI).

A lo largo de este año, Santander Consumer Perú ha demostrado una sólida capacidad de crecimiento y adaptación, fortaleciendo su posición en el mercado peruano gracias a una estrategia centrada en el cliente, una oferta de valor competitiva y una gestión responsable orientada a la eficiencia y la prudencia.

Un hito relevante del año ha sido liderar con más de un 30% la participación de mercado en el financiamiento vehicular, consolidándonos como uno de los actores más importantes del sector. Este logro es resultado de un enfoque comercial más eficiente, una propuesta de valor fortalecida y relaciones cada vez más sólidas con nuestros aliados estratégicos. Otro hito importante dentro de nuestra gestión de pasivos fue la emisión nuestros de Bonos Corporativos a tres años por PEN 60 MM a una tasa competitiva. Lo que se traduce en mejores niveles de rentabilidad.

En este sentido, los resultados alcanzados en 2025 reflejan un desempeño financiero muy favorable, alcanzando un BDI de PEN 51.2 MM. Producto de un crecimiento sostenido en nuestras colocaciones, impulsados por una gestión disciplinada del riesgo, un adecuado control del costo de fondos y una optimización constante de nuestros procesos internos.



Juan Pedro Oechsle Bernos

Presidente del Directorio

Nada de esto hubiera sido posible sin el compromiso y profesionalismo de nuestros colaboradores, del Comité de Dirección, la Gerencia General y del Directorio. Ellos, con su esfuerzo diario, encarnan nuestros valores de Simple, Personal y Justo, colocando siempre al cliente en el centro de nuestras decisiones.

Atentamente,



Juan Pedro Oechsle Bernos

Presidente del Directorio - Santander Consumer

Carta del Gerente General

Estimados clientes y colaboradores,

con gran satisfacción les presentamos la **Memoria Anual 2025**, en este año hemos seguido alcanzando hitos relevantes que consolidan a **Santander Consumer Perú** como uno de los principales actores del financiamiento automotriz en el país. Nuestro compromiso con la excelencia, la calidad del servicio y la satisfacción de nuestros clientes ha guiado cada una de nuestras decisiones estratégicas.

Es importante también comentar que, hemos enfrentado un entorno competitivo dinámico y en constante evolución. Sin embargo, gracias a una visión clara, una estrategia bien definida y un enfoque disciplinado en la gestión de riesgos, logramos mantener un ritmo de crecimiento sostenido, aumentando el número de desembolsos en un 36%, pasando de colocar 13,689 créditos vehiculares durante el 2024 a 18,615 durante el 2025, este esfuerzo reafirmó nuestra posición como uno de los actores más relevantes del sector automotriz, alcanzando un 37% de participación de mercado al cierre del 2025.

Por otro lado, aumentamos el monto desembolsado de créditos vehiculares en un 27%, pasando de PEN 695 MM durante el 2024 a PEN 884 MM durante el 2025. Asimismo, ampliamos nuestra base de clientes y fortalecimos la calidad de nuestro portafolio, contribuyendo a un crecimiento más equilibrado y sostenible.

A nivel financiero, los resultados del 2025 superaron ampliamente nuestras expectativas. Obtuvimos un beneficio neto superior al del año anterior, nuestro BDI creció en 94%, pasando de un PEN 26.4 MM en el 2024 a un PEN 51.2 MM en el 2025. impulsado por una gestión eficiente, una mejora en los indicadores de riesgo, un adecuado control del costo de fondos, donde destacamos nuestra emisión de Bonos Corporativo y una optimización constante de provisiones.



Victor Andrés Zúñiga Flores

Gerente General

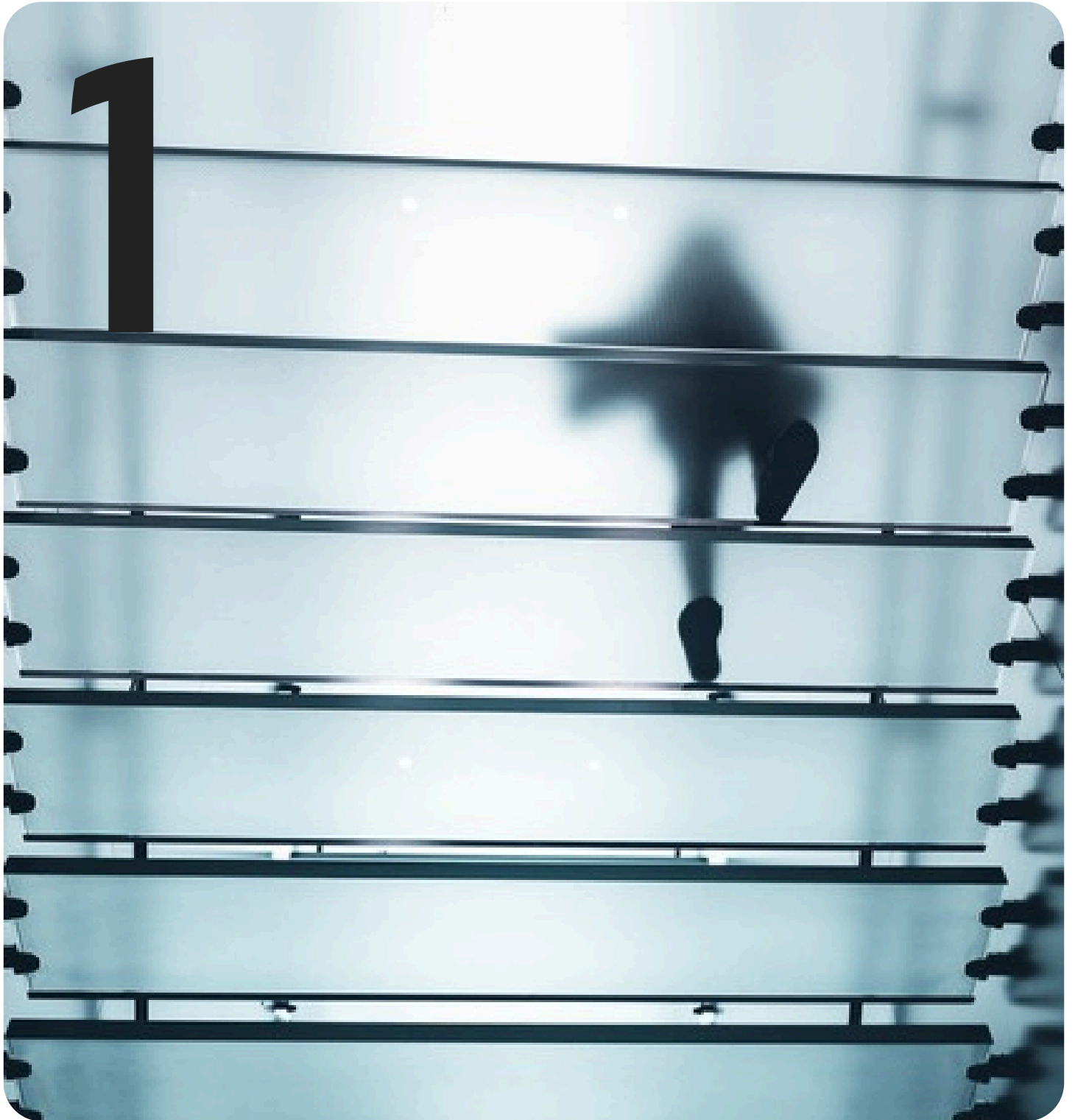
Estos resultados evidencian la solidez de nuestra operación, la consistencia de nuestra estrategia y la confianza que nuestros clientes y accionistas depositan en la compañía.

Los logros alcanzados a lo largo del año son el reflejo del compromiso y profesionalismo de nuestros colaboradores, así como del acompañamiento constante del Comité de Dirección y del Directorio. Su dedicación y trabajo diario continúan fortaleciendo nuestra cultura corporativa y nuestros valores de Simple, Personal y Justo, que orientan nuestras acciones y nuestra manera de servir a los clientes.

Atentamente,

Victor Andrés Zúñiga Flores

Gerente General - Santander Consumer Perú



Historia de **Santander Consumer**

a) Constitución y actividad económica

Empresa de Crédito Santander Consumo Perú S.A. (en adelante la "Empresa de Crédito") es una subsidiaria del **Banco Santander S.A.**, domiciliado en España, que posee el **99.999999%** de participación, el **0.000001%** restante le pertenece **Administradora de Bancos Latinoamericanos Santander S.L. domiciliado en España.**

La Empresa de Crédito es una sociedad anónima constituida en el Perú el 22 de octubre de 2012, inscrita en la partida electrónica No.12929498 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima. La Empresa de Crédito tiene por objeto otorgar financiamiento al público para la compra de vehículos automotores e inició sus operaciones de crédito el 30 de noviembre de 2012

El domicilio legal de la Empresa de Crédito, donde se encuentra su oficina principal, es **Av. Ricardo Rivera Navarrete No.475 Int.301 Urb. Jardín, San Isidro - Lima, Perú.** La cantidad de personal empleado por la Empresa de Crédito y su subsidiaria (o el Grupo) al 31 de diciembre de 2025 y de 31 de diciembre de 2024 fue de 132 y 165 empleados, respectivamente.



b) Subsidiaria



Neoauto S.A.C.

Con fecha 02 de noviembre de 2020, la Empresa de Crédito Santander Consumo Perú S.A adquirió el 55 por ciento de las acciones de la empresa Neoauto S.A.C. (en adelante Neoauto), esta operación le otorgó el control directo sobre la referida empresa, a la que deberá dar el tratamiento de subsidiaria. El importe total pagado por la compra fue de US\$1,453 miles (**aproximadamente S/5,244 miles**).

Dicha operación fue autorizada por la SBS mediante **SBS No.02567-2020** emitida el **21 de octubre de 2020** en el marco de lo señalado en el **numeral 18° del artículo 221° de la Ley General**. La adquisición fue registrada al costo en los estados financieros separados y posteriormente valorizadas mediante la aplicación del método de participación patrimonial.

Con fecha **26 de diciembre de 2023**, mediante la firma de la Adenda al **Contrato Compra Venta de Acciones** de fecha 21 de diciembre de 2023 suscrito entre Empresa Editora El Comercio S.A. y Empresa de Crédito Santander Consumo S.A., se concretó la venta del 45% de las acciones restantes representativas de capital que tenía en su poder el accionista Empresa Editora El Comercio S.A., al nuevo accionista **Empresa de Crédito Santander Consumo S.A.**

Con fecha 4 de enero de 2024, se acordó aumentar el capital social por **S/900,000 (Novecientos mil 00/100 mil soles)** además de la emisión de 900,000 acciones comunes con derecho a voto, de un par nominal S/1 (un sol) cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

Con fecha **30 de junio 2025**, se acordó aumentar el capital social por **US\$ 500,000.00 (Quinientos mil y 00/100 dólares americanos)**, que al tipo de cambio de S/ 3.534 equivale al importe total del aporte en efectivo de **S/1'767,000.00 (Un millón setecientos sesenta y siete mil y 00/100 soles)** además de la emisión de 1'767,000 acciones comunes con derecho a voto, de un par nominal S/1 (un sol) cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

c) Autorización de funcionamiento como Empresa de Crédito

El **6 de noviembre de 2015**, la **Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (en adelante SBS)** emitió la Resolución SBS No.6749-2015, autorizando el funcionamiento como "**Entidad de Desarrollo a la Pequeña y Micro Empresa Santander Consumo Perú S.A.**", la cual podrá realizar las operaciones facultadas por su objeto social, de conformidad con el artículo 288° de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS -Ley No.26702 (en adelante la Ley General).

El **10 de noviembre de 2022**, la **SBS emitió la resolución N° 033450- 2022 – SBS: Publicación de Autorización de Cambio de Denominación Social. "Autorizar, en los términos propuestos, la modificación del artículo primero del Estatuto Social de la Empresa de Crédito Santander Consumo Perú S.A.**, cuyos documentos pertinentes quedan archivados en este organismo de supervisión y control; y, devuélvase la minuta que lo formaliza con el sello oficial de esta Superintendencia, para su elevación a escritura pública, en la que se insertará el texto de la presente resolución para su correspondiente inscripción en los Registros Públicos". El **02 de diciembre de 2022, con N° Partida 12929498** y por Junta General de Accionistas de fecha 30 de septiembre de 2022 se acordó el cambio de la denominación social de la sociedad a la "**Empresa de Crédito Santander Consumo del Perú S.A.**"



2



Gestión del **Talento**



Nuestro Propósito

Ser aliados estratégicos de nuestros clientes, colaboradores y del país, **facilitando el acceso a financiamiento vehicular para transformar sus planes en realidad.**



Nuestra Misión

Facilitar el acceso a **soluciones de financiamiento vehicular** que impulsen el progreso de personas y negocios, contribuyendo al **desarrollo económico y social del Perú.**

Nuestra Visión

Ser la plataforma líder de financiamiento vehicular en el Perú, actuando con responsabilidad y ganando la confianza de nuestros clientes y aliados.





Nuestros Valores

Simple: Hacemos fácil y accesible el financiamiento.

Personal: Ofrecemos una atención cercana y personalizada, adaptada a cada cliente.

Justo: Actuamos con transparencia, equidad y responsabilidad.

Nuestros Comportamientos



Think Customer (Pienso en el Cliente):

Cuido la relación con mis clientes y doy lo mejor de mí para conseguir su confianza y fidelidad.

Embrace Change (Aceptar el Cambio):

Nos adaptamos e innovamos constantemente para enfrentar nuevos desafíos.

Act Now (Actuar ahora):

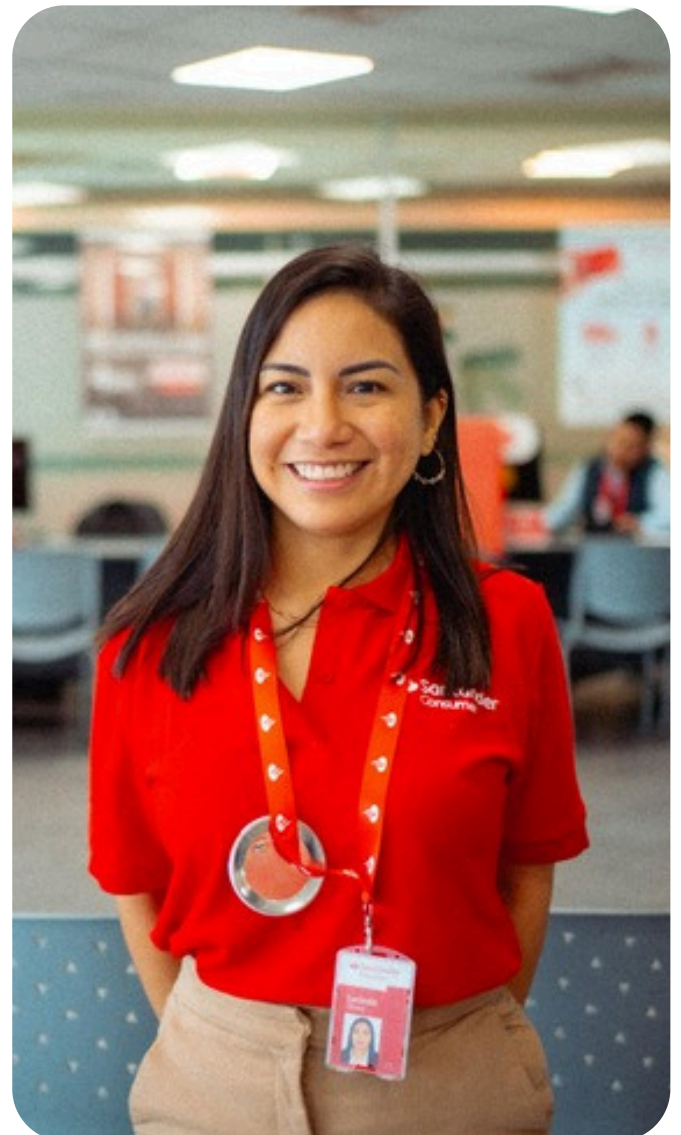
Priorizamos la acción y la entrega de resultados efectivos.

Move Together (Moverse juntos):

Trabajamos en equipo para lograr objetivos comunes.

Speak Up (Expresarse con confianza):

Promovemos una comunicación abierta y transparente.



People & Culture

People & Culture es el modelo transversal que integra la gestión de talento, cultura, bienestar y sostenibilidad humana en el Grupo Santander. Su objetivo es fortalecer la experiencia del colaborador, impulsando una cultura basada en la confianza, el desarrollo integral y el sentido de pertenencia, alineada a la visión One Santander.

Enciende tu Talento

Enciende tu Talento es el modelo de gestión del talento que articula las principales iniciativas de personas en el **Grupo Santander**. Se estructura en tres pilares —**Selección, Formación y Desempeño**— y busca atraer, desarrollar y reconocer al talento, promoviendo una experiencia coherente con los valores **Simple, Personal y Justo**.



Selección

La selección en el Grupo Santander está orientada a brindar una experiencia sencilla, cercana y transparente desde el primer contacto. Se prioriza el talento interno, la movilidad dentro del Grupo y procesos de selección alineados a la diversidad, equidad e inclusión.

Onboarding

El onboarding asegura una integración cálida y estructurada desde el primer día. Incluye acompañamiento mediante un Buddy, inducción cultural, herramientas de trabajo y espacios de conexión que facilitan la adaptación del nuevo colaborador a la cultura Santander.

Mid-Year Internship

El Mid-Year Internship es un programa dirigido a estudiantes peruanos que cursan estudios en el extranjero, permitiéndoles integrarse temporalmente a equipos estratégicos del banco. El programa fomenta el aprendizaje práctico, la exposición al negocio y la conexión temprana con la cultura corporativa.

Formación

La formación es un pilar clave de la experiencia del colaborador y promueve el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades técnicas y humanas.

Santander Dojo

Plataforma de formación que ofrece cursos y certificaciones en liderazgo, transformación digital, idiomas, finanzas e inteligencia artificial, permitiendo a los colaboradores gestionar su propio desarrollo profesional.

Santander Open Academy

Plataforma global y gratuita de formación abierta a la sociedad, que facilita el acceso a cursos, becas y contenidos educativos, reforzando el compromiso de Santander con la educación y la empleabilidad.

Escuela Santander 360°

Espacios de aprendizaje liderados por líderes del negocio, orientados a fortalecer el conocimiento transversal, la colaboración y la comprensión integral del Grupo Santander.

Managers 101

Programa de desarrollo para líderes, enfocado en fortalecer competencias de liderazgo, comunicación, gestión de personas y desarrollo de equipos.

Desempeño – My Contribution

My Contribution es el marco global de gestión del desempeño que alinea los objetivos individuales con la estrategia del negocio. Promueve conversaciones de feedback continuo, evaluaciones transparentes y una cultura de meritocracia y responsabilidad compartida.



Cultura, Clima y Experiencia

Flama Awards

Es el programa corporativo de reconocimiento del Grupo Santander que integra todas las iniciativas de premiación de la organización bajo un solo concepto. Su objetivo es fortalecer una cultura de meritocracia, reconocimiento continuo y orgullo de pertenencia, destacando a los colaboradores y equipos que encarnan los valores **Simple, Personal y Justo**, así como los comportamientos TEAMS.

A través de **Flama Awards**, el Grupo Santander reconoce no solo los resultados alcanzados, sino también la forma en que estos se logran, reforzando comportamientos alineados a la cultura y promoviendo un entorno donde el esfuerzo, la actitud y el impacto positivo son visibles y valorados.



Desafío Santander

Es la categoría de Flama Awards orientada a reconocer el **desempeño sobresaliente de los equipos y colaboradores del frente comercial**. Este reconocimiento destaca el logro de resultados excepcionales en términos de colocaciones, crecimiento de cartera, rentabilidad y satisfacción del cliente, siempre bajo una gestión responsable del riesgo y alineada a los valores corporativos.

El programa considera distintas categorías que permiten reconocer la diversidad de trayectorias y roles dentro del área comercial, valorando no solo el volumen de negocio, sino también la calidad de la cartera, la salud financiera y la experiencia del cliente (NPS). De esta manera, **Desafío Santander refuerza una cultura de alto desempeño, competitividad sana y foco en resultados sostenibles**.



Orgullo Santander

Es la categoría de Flama Awards dirigida a los colaboradores de áreas de soporte y staff, cuyo aporte resulta clave para el funcionamiento, la eficiencia y el crecimiento sostenible de la organización. Este reconocimiento busca visibilizar el impacto de quienes, desde sus roles, impulsan la mejora continua, la innovación y el trabajo colaborativo.

Dentro de Orgullo Santander se reconocen tres tipos de contribuciones:

- **Ideas en Acción:** destaca iniciativas de innovación, automatización o mejora de procesos que generan eficiencias, reducen riesgos o mejoran la experiencia de clientes internos y externos.
- **Milla Extra:** reconoce la actitud, compromiso y disposición de aquellos colaboradores que constantemente van más allá de lo esperado, aportando valor adicional en su día a día.
- **Líderes en Acción:** distingue a líderes que inspiran, desarrollan a sus equipos y promueven una cultura de cercanía, confianza y alto desempeño.

Orgullo Santander refuerza el mensaje de que todos los roles son fundamentales para el éxito del negocio y que el impacto no solo se mide en cifras, sino también en la calidad del trabajo, la colaboración y la vivencia de la cultura.

TEAMS Santander

Es la categoría de reconocimiento entre pares que pone en valor los comportamientos culturales que guían la forma de trabajar en el Grupo Santander. A través de nominaciones realizadas por los propios colaboradores, se reconoce a quienes representan de manera ejemplar los comportamientos: **Think Customer, Embrace Change, Act Now, Move Together y Speak Up.**

Este reconocimiento fomenta una **cultura de feedback positivo, visibiliza buenas prácticas cotidianas y fortalece el sentido de comunidad**, al permitir que los propios equipos reconozcan a quienes inspiran con su ejemplo.



Impacto Cultural

Flama Awards se consolida como una de las principales palancas culturales del Grupo Santander, al promover el reconocimiento transversal, reforzar la vivencia de los valores y fortalecer el compromiso de los colaboradores. El programa contribuye a generar un entorno laboral motivador, donde el esfuerzo es reconocido y la cultura se vive de manera tangible en el día a día.

Bienestar y Beneficios

Santander With Ü

Es el programa integral de bienestar y beneficios que acompaña a los colaboradores en su vida personal y profesional. Incluye **beneficios de tiempo, flexibilidad, familia y salud**, promoviendo el equilibrio vida-trabajo y una cultura de cuidado y cercanía.



BeHealthy

Es el programa de bienestar integral que promueve hábitos saludables desde una mirada física, emocional y social. A lo largo del año, se desarrollan actividades orientadas al cuidado de la salud y a la integración de los equipos.

Principales acciones:

- **Semana BeHealthy** con charlas de salud, nutrición y bienestar emocional.
- **Actividades deportivas** como campeonatos internos y clases grupales.
- **Evaluaciones médicas preventivas** y campañas de salud.
- **Espacios de desconexión** y bienestar físico.



Seguridad y Salud en el Trabajo

Se mantiene un equipo de especialistas en Seguridad y Salud para **brindar un soporte integral a nuestros colaboradores**, y cumplir con la normativa vigente sobre SST.



Comunicación y Escucha Activa

Conectados

Conectados es un espacio periódico de comunicación liderado por la alta dirección que busca alinear a los equipos, compartir avances del negocio y generar un diálogo abierto entre el liderazgo y los colaboradores.



Your Voice

Your Voice es la encuesta de escucha activa que recoge la percepción de los colaboradores sobre compromiso, cultura, liderazgo y bienestar, permitiendo identificar oportunidades de mejora y fortalecer la experiencia del colaborador.



Team Talks

Team Talks son espacios de conversación y escucha profunda con los equipos, diseñados para analizar resultados de clima laboral y co-crear planes de acción que fortalezcan la confianza y el compromiso.



Diversidad, Equidad e Inclusión

LAZOS

LAZOS es el programa de diversidad, equidad e inclusión del Grupo Santander en Perú, alineado al marco global The Place to Be Yourself. Promueve un entorno seguro, respetuoso e inclusivo donde todas las personas puedan desarrollarse siendo auténticas.

Lazos equitativos

Iniciativas orientadas a promover la equidad de género y el desarrollo del liderazgo femenino.

Lazos Auténticos

Acciones que fortalecen la diversidad cultural y étnica, reconociendo la riqueza de las distintas realidades del país.

Lazos Sabios

Programas que impulsan la diversidad generacional, fomentando el aprendizaje mutuo entre distintas etapas de vida.

Lazos Únicos

Iniciativas orientadas a la inclusión de personas con discapacidad y la eliminación de barreras físicas, culturales y organizacionales.

Lazos Orgullosos

Acciones de apoyo y visibilización de la comunidad LGBTIQ+, promoviendo igualdad de oportunidades y respeto.

Sostenibilidad

La estrategia de sostenibilidad del Grupo Santander integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en su gestión, alineada a la estrategia global de Santander. A través de iniciativas concretas, la organización busca generar impacto positivo en las comunidades, promover la inclusión social y contribuir al cuidado del medio ambiente.

Santander Voluntarios

Santander Voluntarios es el programa corporativo que canaliza la participación activa de los colaboradores en iniciativas sociales, educativas, ambientales y solidarias. A través de este programa, se fortalecen los lazos con la comunidad y se promueve una cultura de compromiso social. Principales organizaciones y causas apoyadas:

Fe y Alegría

Actividades educativas, voluntariado navideño y entrega de donaciones a niños y familias.

Albergues de adultos mayores

Jornadas de acompañamiento, integración y apoyo a personas en situación de vulnerabilidad.

Campañas de friaje

Ángeles Unidos en Acción: recolección y entrega de abrigos, botas y artículos de primera necesidad para niños de zonas altoandinas.

Instituciones educativas públicas

acciones de arborización, mejora de espacios y actividades de sensibilización ambiental.

Programas de educación financiera

Talleres dictados por colaboradores voluntarios a jóvenes y comunidades, promoviendo el uso responsable de los productos financieros.



Educación Financiera

El **Grupo Santander** desarrolla iniciativas de **educación financiera** orientadas a promover la toma de decisiones responsables y la inclusión financiera.

A través de **talleres presenciales** y **contenidos educativos**, se impacta positivamente en **jóvenes, familias** y **comunidades vulnerables**, reforzando el compromiso social de la organización.



Iniciativas Ambientales

Santander impulsa acciones ambientales orientadas a la concientización y mitigación del impacto ambiental, entre ellas:

- **Arborización de colegios:** plantación de árboles y mejora de áreas verdes en instituciones educativas, generando impacto ambiental positivo y sensibilización en estudiantes.
- **Promoción de movilidad sostenible:** impulso al financiamiento de vehículos híbridos y eléctricos.
- **Campañas internas de sensibilización ambiental:** actividades de concientización dirigidas a colaboradores sobre cuidado del medio ambiente.



Actividades Anuales

Celebraciones Corporativas

El Grupo Santander promueve espacios de integración y reconocimiento a través de actividades anuales que fortalecen la cultura organizacional y el sentido de pertenencia.

Día de la Madre

Celebración dirigida a reconocer y agradecer a las colaboradoras madres, a través de actividades especiales, mensajes de reconocimiento y espacios de integración.

Día del Padre

Actividad orientada a reconocer a los colaboradores padres, promoviendo un espacio de cercanía, agradecimiento y reconocimiento.

Día del Trabajo

Conmemoración que refuerza el reconocimiento al esfuerzo y compromiso de los colaboradores, destacando su aporte al logro de los objetivos de la organización.

Día del Niño

Actividad dirigida a los hijos de los colaboradores, con espacios recreativos, talleres y experiencias diseñadas para fortalecer el vínculo familia-empresa.

Navidad de los Niños

Celebración anual en la que los hijos de los colaboradores participan en actividades recreativas, shows y entrega de regalos, promoviendo un ambiente de integración familiar.

Fiesta de Fin de Año

Evento corporativo que reúne a los colaboradores para celebrar los logros del año, fortalecer la integración y cerrar el ciclo anual con un mensaje de reconocimiento por parte de la alta dirección.

Relaciones Laborales

Durante el 2025, se continuó reforzando con los líderes la principal normativa sociolaboral, actualizándolos en la misma y brindándoles capacitaciones y asesoría sobre la prevención de riesgos laborales y normativa interna. En ese sentido, alineados a nuestra normativa laboral y de prevención, se desarrolló la **“Semana de Lucha contra el Hostigamiento Sexual”** donde se lanzaron diferentes comunicados y actividades que buscaban reforzar el respeto entre todos los colaboradores.

HR Business Partner & Compensaciones

Desde el frente de **HR Business Partner**, jugamos un papel crucial en las reestructuraciones organizacionales para asegurar que los cambios estén alineados con la estrategia organizacional, apoyando en la comunicación hacia los colaboradores, minimizando las resistencias y maximizando la aceptación de los mismos, sobre todo **facilitando la gestión del talento y el desarrollo de planes de carrera adecuados, así como el acompañamiento y asesoría en nuevos proyectos.**

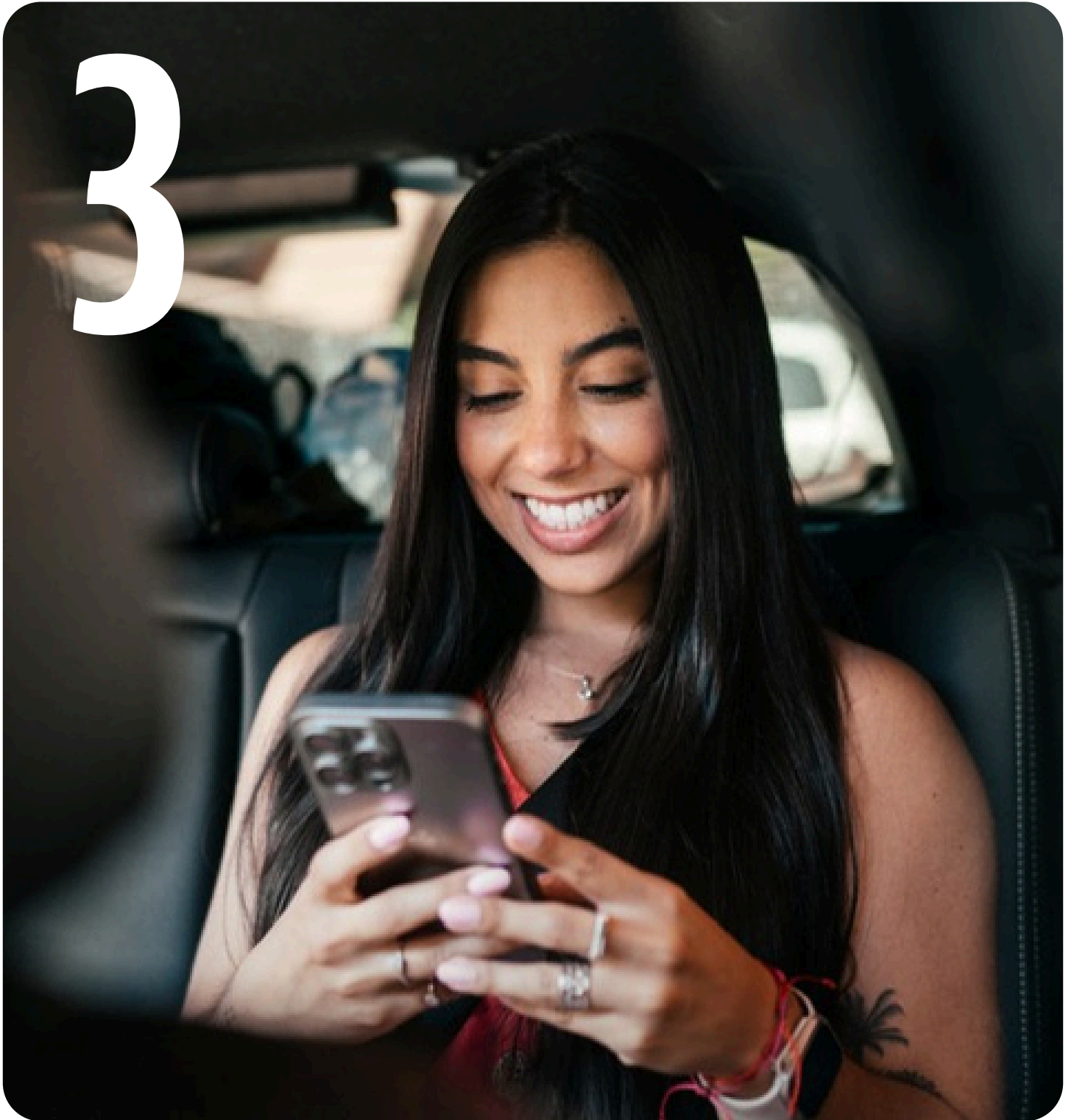
Compensaciones

Alineados con los objetivos y desafíos del negocio, **revisamos el 100% los modelos de compensación variable en las posiciones comerciales**, de esta manera fortalecemos nuestra cultura orientada a resultados, reconocimiento al desempeño y potenciar nuestro crecimiento.

Información Complementaria

Al 31 de diciembre de 2025 Santander Consumer Perú S.A. cuenta con **132 colaboradores.**

3



Cientes

Conexión Santander – Accesibilidad

En 2025, **Santander Consumer Perú** fortaleció su **estrategia de accesibilidad** mediante la **optimización de su canal digital y la expansión de su red de recaudación**.

La actualización de la pasarela de pagos web permitió incrementar en más de 25% el ratio de aceptación de transacciones y recuperar el segundo lugar en participación de recaudación, superando el 20% del total. Este avance consolidó el canal digital como un medio clave, mejorando la experiencia del cliente y promoviendo una mayor adopción de canales propios.

Asimismo, se establecieron sinergias con **Santander Consumer Bank** y la red **KasNet**, ampliando los puntos de recaudación y reforzando la cobertura territorial bajo un enfoque omnicanal.



Conexión Santander – Atención a Reclamos

Durante el 2025 se implementó una gestión estructural de mejora en la atención de reclamos, enfocada en la identificación y corrección de causas raíz.

Como resultado, se redujo en más de **50% el volumen de reclamos respecto al 2024** y se optimizó el tiempo promedio de respuesta de **14 a 05 días**.

Estos avances fortalecieron la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la confianza de nuestros clientes, consolidando una gestión orientada a la mejora continua y la experiencia integral.





Composición del **Directorio**

Composición del Directorio de Santander Consumo Perú S.A.

Nombre	Nacionalidad	Doc. Identidad	Relacionado	Fecha inicio	Independiente
Arroyo Rizo Patron, Felix J.	Perú	DNI 25676225	Director	30/03/2023	Si
Gonzalo Rose, David	España	Pasaporte PAE419212	Director	30/03/2023	No
Mata Huerta, Miguel A.	Chile	Pasaporte 25676225	Director	30/03/2023	Si
Oechsle Bernos, Juan P.	Perú	DNI 09538100	Presidente del Directorio	30/03/2023	Si
Roca Voto Bernales, María L.	Perú	DNI 10270516	Director	31/03/2023	Si



5



Anticorrupción

Anticorrupción ¿Qué hacemos?

En el 2025 se obtuvo la recertificación de Antisoborno y Anticorrupción, con ello, demostramos nuestro compromiso ético para seguir construyendo un Santander Consumer justo, ético y confiable.

Prevención de Lavado y Financiación el Terrorismo (PLAFT)

La Gestión de Prevención de Lavado Activos y Financiamiento del Terrorismo (**PLAFT**) en Santander Consumer se desarrolló en estricto cumplimiento del marco regulatorio local. Además, se incorpora una mejora en la materia, la cual se realiza con el objetivo de fortalecer, mucho más, los estándares del Grupo Santander.



5



Conducta de **Mercado**

Conducta de Mercado

Durante el 2025, Santander Consumer consolidó el fortalecimiento de su sistema de Gestión de Conducta de Mercado, asegurando la integración efectiva de los principios establecidos en el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado aprobado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP mediante la Resolución SBS N°3274-2017, así como los lineamientos del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La Gestión se enfocó en promover una cultura organizacional alineada con nuestros valores corporativos — sencillo, personal y justo— asegurando la protección efectiva de los derechos de los clientes y la adecuada identificación, evaluación y mitigación de riesgos de conducta a lo largo del ciclo de vida del producto y sus modalidades.

Gobierno y Supervisión

En cumplimiento del marco regulatorio, el Oficial de Conducta de Mercado presentó al Directorio el informe semestral y anual con el estado de la gestión, en los que se identificaron los principales riesgos y planes de acción implementados. Asimismo, se realizó el reporte trimestral al Comité de Cumplimiento Normativo y Conducta de Mercado Local, fortaleciendo la supervisión y trazabilidad de las decisiones adoptadas. La función participó activamente en el Comité de Comercialización, donde ejerció la secretaría del foro y dejó constancia de su intervención en decisiones estratégicas vinculadas al diseño, modificación y lanzamiento de productos, conforme a las responsabilidades establecidas en la normativa vigente.

Diseño y Comercialización de Productos

Durante el 2025 se reforzó la revisión preventiva del producto y campañas comerciales, asegurando que; (i) el diseño considere el respeto de los derechos del consumidor; (ii) las condiciones contractuales y publicitarias sean claras, suficientes y no induzcan a error; y, (iii) que la comercialización se encuentre alineada con los principios de transparencia y trato justo.

La Gestión de Conducta de Mercado validó previamente todas las campañas publicitarias y piezas comunicacionales en los distintos canales y formatos, garantizando consistencia entre la oferta comercial, la información contractual y la experiencia del cliente.

Transparencia y Experiencia del Cliente

En materia de transparencia, se mantuvo un control preventivo sobre todos los documentos contractuales, anexos y comunicaciones dirigidas a clientes, incluyendo modificaciones regulatorias o comerciales. Asimismo, se supervisó la actualización permanente de la información publicada en la página web institucional, incluyendo avisos de mantenimiento o incidencias relevantes.

En línea con las modificaciones regulatorias emitidas durante el año por la Superintendencia, Santander Consumer cumplió con implementar; (i) la ampliación de canales de recaudo, facilitando el cumplimiento oportuno de obligaciones; y, (ii) la modalidad de crédito vehicular tradicional con seguro de desgravamen optativo, fortaleciendo la libertad de elección del cliente.

Estas medidas contribuyeron a mejorar la accesibilidad, transparencia y experiencia del consumidor.

Gestión de Reclamos y Mejora Continua

En relación con la gestión de reclamos, Conducta de Mercado brindó soporte técnico al área de Experiencia al Cliente y validó mensualmente, a través de muestras proporcionales, las respuestas brindadas a los clientes por los reclamos ingresados. Asimismo, realizó seguimiento a incidencias relevantes, identificando oportunidades de mejora y formulando recomendaciones a la primera línea de defensa (1LoD), con monitoreo de su implementación.



6



Nuestra información financiera y económica

Balance General

Activos

Al cierre de diciembre de 2025, los activos totales ascendieron a PEN 1,460.4 MM, lo que representa un incremento de PEN 74.9 MM (+5.41%) respecto a diciembre de 2024 (PEN 1,385.4 MM). Este crecimiento estuvo explicado principalmente por el aumento de la cartera de créditos, la cual alcanzó PEN 1,314.4 MM, registrando un incremento de PEN 102.6 MM frente al cierre de 2024 (PEN 1,211.8 MM). Dicho incremento estuvo impulsado por el mayor posicionamiento de Santander Consumer en el mercado de financiamiento vehicular, reflejado en un aumento histórico de su participación en el número de unidades vendidas durante 2025, alcanzando el 36.9% del total del mercado.

Cartera de Créditos

Al cierre de diciembre del 2025, la cartera de créditos vigentes alcanzó PEN 1,314.4 MM, lo que representa un incremento de PEN 102.6 MM respecto a diciembre 2024 (PEN 1,211.8 MM); este crecimiento estuvo impulsado principalmente por la mayor colocación de créditos vehiculares, en un contexto de expansión del mercado automotor. Durante 2025, Santander Consumer alcanzó un récord en participación de mercado de 36.9% en número de unidades financiadas, consolidando su posición como el principal actor del mercado.

Pasivos

El pasivo total al cierre de 2025 fue de PEN 1,191.1 MM, evidenciando un incremento de PEN 36.9 MM (+3.2%) en comparación con el año anterior (PEN 1,154.2 MM).

Este aumento se explicó principalmente por el crecimiento de los adeudos y obligaciones financieras, los cuales alcanzaron PEN 1,102.3 MM, lo que representa un incremento de PEN 62.1 MM (+6.0%) respecto a diciembre de 2024 (PEN 1,040.2 MM).

Un hito importante en dentro de nuestra gestión de pasivos fue la emisión de Bonos Corporativos a tres años por PEN 60 MM a una tasa de 5.00% en diciembre del 2025.

Patrimonio

Al cierre de diciembre de 2025, el patrimonio total ascendió a PEN 269.3 MM, registrando un incremento de 16% en comparación con el año anterior (PEN 231.2 MM). Este crecimiento se explicó principalmente por el mayor resultado neto del ejercicio, el cual alcanzó PEN 51.2 MM, representando un aumento de PEN 24.8 MM frente al 2024 (PEN 26.4 MM). Por su parte, el capital social se mantuvo sin variación, totalizando PEN 172.9 MM al cierre de diciembre de 2025.



Estado de Resultados



Utilidad Neta

Al **31 de diciembre de 2025**, la empresa registró una utilidad neta de **PEN 51.2 MM**, lo que representa un incremento significativo de PEN 24.8 MM respecto al año anterior (**PEN 26.4 MM**). Este resultado se explicó principalmente por:

(i) Un incremento de los ingresos por servicios financieros, **alcanzamos PEN 68.3 MM, logrando un incremento de PEN 15.7 MM respecto al año anterior (PEN 52.3 MM)**.

(ii) Un mayor ROF, alcanzamos PEN 50.0 MM, **logrando un incremento de PEN 9.5 MM frente al 2024 (PEN 40.5 MM)**.

(iii) Mejora en las provisiones, alcanzamos un PEN **38.5 MM** en gasto de provisiones de créditos directos, **logrando una reducción de PEN 10.2 MM respecto al 2024 (PEN 48.7 MM)**.



Margen Básico Bruto

Al cierre de diciembre 2025 **se obtuvieron PEN 211.3 MM de ingresos por intereses**, lo que representa una reducción de PEN 11.4 MM respecto a diciembre 2024 (PEN 222.8 MM), no obstante, este efecto fue compensado por el mayor peso de los ingresos por servicios financieros, que alcanzaron PEN 68.3 MM, mostrando **un incremento de PEN 15.7 MM respecto al año anterior (PEN 52.6 MM)** los cuales cobraron mayor relevancia dentro del modelo de ingresos.

Por otro lado, los gastos financieros al cierre de 2025, los gastos financieros ascendieron a PEN 71.2 MM, lo que representa una disminución de PEN 5.8 MM en comparación con el año anterior (PEN 77.1 MM). Esta variación se explicó principalmente por la reducción del gasto asociado a adeudos y obligaciones financieras, que disminuyó en PEN 19.2 MM, efecto que fue parcialmente compensado por un mayor gasto por intereses de cuentas por pagar, **el cual aumentó en PEN 13.3 MM**.

Análisis y Gestión de riesgos

Apetito de Riesgos

El Directorio de Santander Consumer Perú integra el apetito de riesgo en la estrategia de negocio mediante la fijación de métricas y límites. Bajo este esquema, el Directorio aprueba políticas que calibra los niveles de exposición garantizando una diversificación adecuada y control de la cartera de Santander Consumer Perú.

En 2025, hemos aprobados 31 métricas cuantitativas asociadas a volatilidad de resultados, liquidez, solvencia y riesgos no financieros.

Cultura de Riesgos

Risk Pro destaca, ante todo, la responsabilidad personal de cada empleado acerca de los propios riesgos que asume en sus actividades diarias y su aportación a la identificación, evaluación y gestión de dichos riesgos de forma adecuada con responsabilidad. La cultura de riesgos se ha integrado en todas las fases del ciclo de vida del empleado: en la selección de talento, desde la formación, diaria, en la retribución y en el reconocimiento. En 2025, se han fortalecido los planes de comunicación y concienciación como herramienta fundamental al momento de tomar decisiones.

Seguimiento y Recuperación

Durante el periodo 2025 se reforzó nuestro modelo de seguimiento con un enfoque preventivo y centrado en el cliente. A través de mecanismos de monitoreo permanente y alertas tempranas, se priorizó la intervención oportuna sobre clientes con potencial deterioro. Las estrategias de normalización consideraron la situación particular de cada cliente, facilitando alternativas de refinanciación, reprogramación y ampliación que favorecieron la continuidad del vínculo financiero y una recuperación responsable, así como maximizaron el valor económico de la cartera, equilibrando eficiencia en la recuperación con relaciones de largo plazo. En paralelo, se fortaleció la segmentación y priorización, incrementando la productividad de la cobranza en todas las etapas.

La disciplina en la ejecución, junto con una supervisión rigurosa de la gestión interna y de proveedores permitió mantener una administración prudente del riesgo de crédito.

Modelos y metodologías para la Gestión del riesgo de crédito

En Santander Consumer utilizamos modelos, segmentaciones y herramientas estadísticas para la evaluación crediticia, el seguimiento de la cartera y la toma de decisiones. Estas capacidades se integran en los procesos de admisión, en el análisis del comportamiento crediticio y en el cálculo de pérdidas esperadas. Para asegurar su adecuado desempeño, los modelos son validados, monitoreados periódicamente, auditados y evaluados de forma continua.

Gestión del Riesgo de Modelos

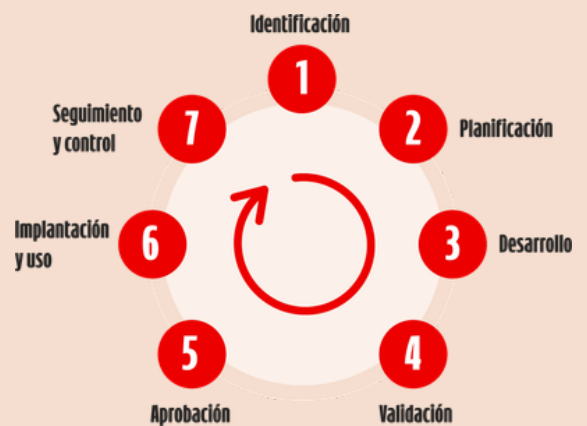
La **gestión del riesgo de modelos en Santander Consumer ha evolucionado significativamente** en los últimos años, **fortaleciendo su alineamiento con los estándares corporativos y con los requerimientos del regulador local (SBS)**. Como parte de esta evolución, durante el año se desarrollaron actividades clave orientadas a mejorar la solidez técnica y la supervisión del portafolio de modelos, entre ellas la recalibración de los parámetros de IFRS 9, la actualización de documentación metodológica y el avance en la atención de observaciones emitidas por Auditoría Interna y por la SBS en visitas recientes.

Con el fin de garantizar una gestión adecuada, contamos con una normativa interna que define el gobierno, los principios, las responsabilidades y los procesos asociados al ciclo de vida de los modelos.

Esta normativa contempla, entre otros aspectos, el desarrollo, la validación, la aprobación, la implantación y uso, el seguimiento y control, así como el inventario de modelos. La intensidad de la gestión del riesgo se determina en función de la importancia de cada modelo; **para ello utilizamos un enfoque de tiering, que clasifica los modelos según su relevancia.**



En Santander Consumer definimos las siguientes fases en el ciclo de vida de un modelo:



9



Anexos

Clasificaciones de Riesgo

Clasificación de Riesgo Local	Anterior	Actualizado
Calificación Entidad(Moody's)	A-	A-
Calificación Segundo Programa de ICP's (Apoyo)	CP-1+ (pe)	CP-1+(pe)
Calificación Segundo Programa de ICP's (Moody's)	ML A-1.pe	ML A-1+.pe
Calificación Tercer Programa de ICP's (Apoyo)	CP-1+ (pe)	CP-1+(pe)
Calificación tercer Programa de ICP's (Moody's)	ML A-1.pe	ML A-1+.pe
Primer Programa de Bonos Corporativos (Apoyo)	AA+(pe)	AA+(pe)
Primer Programa de Bonos Corporativos (Moody's)	-	AA.pe

Balance General

	2025	2024	2023
Activo	En Miles		
Disponibles	23,389	10,804	114,679
Caja	167	-	-
Banco Central de Reserva del Perú	-	-	-
Bancos y otras Empresas del Sistema Financiero del País	23,211	10,803	114,675
Bancos y otras Instituciones Financieras del Exterior	-	-	-
Canje	-	-	-
Otras Disponibilidades	10	1	4
Fondos Interbancarios	-	-	-
Inversiones a valor razonable con cambios en resultados	-	-	-
Instrumentos representativos de capital	-	-	-
Instrumentos de deuda	-	-	-
Inversiones en Commodities	-	-	-
Inversiones disponibles para la venta	-	-	-
Instrumentos Representativos de Capital	-	-	-
Instrumentos Representativos de Deuda	-	-	-
Inversiones a vencimiento	-	-	-
Cartera de Créditos	1,314,497	1,211,805	1,275,912
Cartera de Créditos vigentes	1,369,886	1,235,936	1,273,635
Cartera de Créditos Reestructurados	-	-	-
Cartera de Créditos Refinanciados	12,714	15,232	20,963
Cartera de Créditos Vencidos	18,020	30,620	49,834
Cartera de Créditos en Cobranza Judicial	35,944	35,152	50,353
-S/ Provisiones para créditos	-122,068	-106,135	-118,864
Derivados para negociación	-	-	-
Derivados de cobertura	-	-	-
Cuentas por cobrar	27,802	46,103	34,058
Cuentas por cobrar por venta de bienes y servicios y fideicomiso	-	-	-
Otras Cuentas por cobrar	27,802	46,103	34,058
Bienes realizables recibidos en pago adjudicados y fuera de uso	-	-	-
Bienes realizables	-	-	-
Bienes recibidos en pago y adjudicados	-	-	-
Participaciones	7,614	7,909	9,525
Subsidiarias	7,614	7,909	9,525
Asociadas y participaciones en negocios conjuntos	-	-	-
Otras	-	-	-
Inmuebles, maquinarias y equipo (neto)	624	1,104	1,296
Intangibles (neto)	15,364	22,149	18,687
Plusvalía	-	-	-
Otros activos intangibles	15,364	22,149	18,687
Impuestos corrientes	5,118	12,367	21,226
Impuesto diferido	6,201	3,821	3,651
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-	-
Otros Activos (neto)	59,818	69,426	65,917
Total del activo	1,460,426	1,385,490	1,544,951

Balance General

	2025	2024	2023
Pasivo y patrimonio neto	En Miles		
Obligaciones con el público	-	-	-
Obligaciones a la vista	-	-	-
Obligaciones por Cuentas de Ahorro	-	-	-
Obligaciones por Cuentas a Plazo	-	-	-
Otras Obligaciones	-	-	-
Fondos Interbancarios	-	-	-
Depósitos de Empresas del Sistema y Organismos Financieros	-	-	-
Depósito a la Vista	-	-	-
Depósitos de Ahorro	-	-	-
Depósitos a Plazo	-	-	-
Adeudos y obligaciones financieras	1,102,386	1,040,276	1,263,425
Adeudos y obligaciones con el Banco Central de Reserva del Perú	-	-	-
Adeudos y obligaciones con Empresas e Instituciones financieras del país	652,031	495,978	803,200
Adeudos y obligaciones con Empresas Extranjeras y Organizaciones Financieras Internacionales	22,179	43,546	99,673
Otros adeudos y obligaciones del país y del exterior	-	-	25,542
Valores y Títulos	428,177	500,752	335,010
Derivados para negociación	-	-	-
Derivados de cobertura	-	-	-
Cuentas por pagar	62,170	82,907	39,658
Provisiones	997	404	299
Provisión para créditos contingentes	-	-	-
Provisión para litigios y demandas	997	404	299
Otros	-	-	-
Impuestos corrientes	-	-	-
Impuesto diferido	7,156	17,418	17,418
Otros pasivos	18,409	13,208	14,222
Total pasivo	1,191,118	1,154,213	1,335,021
Patrimonio neto	269,308	231,277	209,930
Capital Social	172,983	172,983	172,983
Capital Adicional	-	-	-
Reservas	45,088	31,882	26,817
Ajustes al Patrimonio	-	-	-
Resultados Acumulados	-	-	-
Resultados Neto del Ejercicio	51,237	26,412	10,130
Total del pasivo y patrimonio neto	1,460,426	1,385,490	1,544,951

Contáctanos

Santander
Consumer Perú

Sede Central

Av. Rivera Navarrete 475 piso 3,
San Isidro

(01) 519-5600

Toda comunicación referente a la **Memoria 2025**
debe ser dirigida al correo electrónico de la **Gerencia**
de Marketing de Santander Consumer Perú:

marketing@santanderconsumer.com.pe

Es el momento