

# Informe de sostenibilidad

sistecrédito

2025

Sistecrédito crece con Colombia,  
para que podamos contar una historia cada año.

Acerca de este informe

[GRI 2-1] [GRI 2-2] [GRI 2-3] [GRI 2-4] [GRI 2-5]

Te presentamos nuestro *Informe de sostenibilidad 2025*. Por segundo año, este documento refleja cómo hemos alineado nuestras acciones con una gestión de sostenibilidad rigurosa que fortalecemos cada vez más.

Este informe abarca nuestra gestión del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025. La información reportada fue consolidada y revisada siguiendo los lineamientos de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Como parte de nuestro compromiso con la transparencia y credibilidad, evaluaremos la incorporación de procesos de aseguramiento externo en futuros informes.

Sobre Sistecrédito

Somos una Sociedad Anónima Simplificada, una empresa privada con alcance nacional dedicada a la inclusión financiera. Otorgamos créditos de consumo de bajo monto a través de comercios aliados y operamos servicios financieros especializados (CIIU 6499): participamos en el ecosistema *fintech* con crédito digital y tecnología de aprobación de crédito y en servicios al consumidor mediante alianzas comerciales.

Conoce nuestra información

**Sistecrédito S. A. S.**  
**NIT:** 811007713-7  
**Correo:** sostenibilidad@sistecredito.com  
**Dirección:** Calle 26 sur # 48 - 91, Zona 1 - Envigado, Antioquia, Colombia

Conéctate con nosotros mediante nuestros canales digitales  
**Sitio web:** <https://www.sistecredito.com/>

Redes sociales

 Instagram:

 LinkedIn:

 TikTok:

 Facebook:









Conceptualización:  
**Sistecrédito y Portafolio Verde**  
**Edición:** Portafolio Verde  
**Diseño:** Comunicaciones Sistecrédito

Tabla de contenido

|                                                                  |   |
|------------------------------------------------------------------|---|
| Resumen de cifras destacadas                                     | 4 |
| Creer y abrir puertas para avanzar                               | 5 |
| Nuestra historia: abrimos las puertas de la inclusión financiera | 5 |

1. Sistecrédito, crecer con propósito

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Nuestro modelo de negocio comienza con la confianza                     | 7  |
| Relaciones clave: crecer de la mano                                     | 8  |
| Sostenibilidad en acción: nuestro modelo de negocio de impacto positivo | 10 |
| Innovamos para estar donde las personas nos necesitan                   | 11 |
| Hitos comerciales                                                       | 12 |
| Reconocimientos que nos llenan de orgullo                               | 12 |
| Impacto económico en el país: crecimiento que se traduce en bienestar   | 12 |

2. Estrategia corporativa: lo que nos mueve y nos guía

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Innovación, sostenibilidad e inclusión financiera: nuestro compromiso con el futuro | 14 |
| Materialidad: fundamento de nuestra estrategia sostenible                           | 17 |
| Sinergia estratégica: el valor de nuestros grupos de interés                        | 18 |
| Alianzas estratégicas: conectando con el ecosistema                                 | 21 |

3. Liderazgo ético y transparente

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Liderazgo que responde a quienes confían en nosotros                       | 22 |
| Formación y evaluación del máximo órgano de gobierno                       | 23 |
| Sostenibilidad en acción                                                   | 24 |
| Gestión de conflictos de interés                                           | 25 |
| Ética y transparencia: nuestro compromiso con la confianza                 | 26 |
| Nuestras políticas y compromisos internos                                  | 26 |
| Gestión integral de riesgos: decisiones responsables para un futuro sólido | 28 |
| Canales de denuncia y comunicación                                         | 28 |

4. Talento Sistecrédito: crecimiento, diversidad y bienestar integral

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Talento como base del crecimiento organizacional                           | 30 |
| Calidad del empleo: consolidación de vínculos de largo plazo               | 31 |
| Generación de empleo y talento joven                                       | 32 |
| Retención al alza                                                          | 33 |
| Nuestra cultura: el pilar que nos sostiene                                 | 33 |
| La voz del colaborador sí nos importa                                      | 35 |
| Crecer juntos: beneficios que acompañan la vida de nuestros colaboradores  | 36 |
| Bienestar integral: la vida y el bienestar del colaborador en el centro    | 37 |
| Formación y desarrollo del talento                                         | 38 |
| Gestión del desempeño: medición integral en tres dimensiones               | 39 |
| Seguridad y salud: sistema integral para proteger a nuestros colaboradores | 40 |

5. Relacionamiento con el entorno

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Conocer a nuestros clientes para crecer juntos             | 43 |
| Historias de gratitud: cocreación y cultura de servicio    | 44 |
| Capacitación que genera crecimiento                        | 46 |
| Seguridad de la información: confianza como fundamento     | 46 |
| Inversión social y desarrollo de comunidades               | 48 |
| Movilidad social: el deporte como estrategia de desarrollo | 49 |
| Bio Suroeste: compromiso ambiental                         | 50 |
| Formación para el empleo: Semillero Riwi – Sistecrédito    | 50 |
| Voluntariado corporativo por competencias                  | 51 |

6. Gestión responsable de recursos: nuestro compromiso

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Eficiencia energética y reducción del consumo   | 52 |
| Emisiones de gases de efecto invernadero        | 53 |
| Cultura organizacional sostenible               | 54 |
| Prácticas digitales con propósito real          | 55 |
| De los residuos al impacto: gestión responsable | 55 |
| Gestión responsable de equipos (RAEE)           | 56 |

7. Retos que nos guían y definen nuestra ruta

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Retos estratégicos clave | 57 |
|                          | 58 |

## Cifras destacadas



### Clientes y aliados

**+12 millones**  
de clientes alcanzados  
al 2025

**8.544**  
tiendas virtuales

**+72.000**  
aliados alcanzados al 2025

**64.310**  
tiendas físicas

**84%** de Índice  
de satisfacción (INS)  
de clientes finales

**2.161**  
sitios de e-commerce



### Nuestro equipo

**1.221**  
colaboradores en 2025

**61%** de nuestro  
equipo está **compuesto**  
por mujeres

**1.185** colaboradores  
participaron en actividades  
de **formación**

**3** grupos poblacionales  
identificados que fortalecen  
nuestra diversidad

Cobertura del **100%**  
del **Sistema de Seguridad  
y Salud en el Trabajo**,  
sobre los procesos, centros  
de trabajo y actividades

Crecimiento de **16.8%**  
en vinculación laboral indefinida



# Cifras destacadas



## Crecemos con nuestros aliados y las comunidades

**5.373** personas capacitadas en temas de sostenibilidad a través del programa de desarrollo de aliados Academia Sistecrédito

**95%** de satisfacción en formaciones de sostenibilidad para aliados

**41** deportistas apoyados por nuestra ruta de formación deportiva progresiva

**96%** del gasto total en compras y servicios destinado a proveedores locales en 2025

**+1.000** millones en donaciones

**+ COP 9.000** millones en proyectos de infraestructura para la inclusión



## Comprometidos con el ambiente

**17** de nuestros colaboradores participaron en procesos de restauración y sensibilización en Bio Suroeste

Primera medición de Huella de Carbono Corporativa

**A1:** 14.61 tCO<sub>2</sub>  
**A2:** 65.49 tCO<sub>2</sub>  
**A3:** 2,581 tCO<sub>2</sub>

Reducción del **44%** de Residuos Eléctricos y Electrónicos



# Crear y abrir puertas para avanzar

Hace 29 años tomamos una decisión que marcó nuestro rumbo: **hacer de la inclusión financiera un motor real del desarrollo de Colombia**. Desde entonces, nos hemos comprometido con buscar permanentemente soluciones para contribuir a mejorar las condiciones de vida de los colombianos, hacer que el crédito esté al alcance de más personas y que nuestros servicios financieros sean más incluyentes en un entorno cada vez más cambiante.

Por esto **trabajamos con un propósito claro: abrir las puertas a quienes más lo necesitan**. Somos un equipo que potencia el comercio y activa oportunidades, mediante el crédito responsable, un servicio cercano y el uso inteligente de la tecnología, transformamos las realidades de miles de hogares.

En Colombia, antes de 1996, la aprobación de un crédito dependía más de la intuición que de procesos estructurados. Fue entonces cuando nos atrevimos a decir "sí" donde otros decían "no" y a apostar por la tecnología como puente para acercarnos a las personas, escucharlas y diseñar soluciones simples, rápidas y humanas. Hoy respondemos hasta el 80% de solicitudes en menos de cinco minutos.

Gracias a una **mentalidad innovadora y un compromiso con la agilidad**, lo que comenzó como una idea para facilitar compras, hoy es un conjunto de soluciones con presencia en todo el país que impulsan la inclusión financiera. En estas tres décadas hemos acompañado a más de diez millones de clientes a cumplir sus sueños y apoyado el crecimiento de miles de negocios locales.

Es por esto que nuestra verdadera apuesta por la sostenibilidad es crecer con responsabilidad, aportando al bienestar social y fortaleciendo el tejido empresarial colombiano. ¡Incluir, conectar y transformar vidas es como actuamos cada día!

Hoy los invito a seguir creyendo y confiando. A trabajar con pasión, superar retos con creatividad y practicar siempre la gratitud y la empatía. Porque **cando ayudamos a otros a soñar y descubrir su potencial, construimos un país más justo y digno**.

En Sistecrédito trabajamos todos los días para que cualquier persona, sin importar su historia, tenga la oportunidad de avanzar.

**Álvaro Villegas Londoño**  
**Presidente**



# Nuestra historia: abrimos las puertas de la inclusión financiera

1996

**Álvaro Villegas Londoño** funda Sistecrédito en Medellín, con un *software* propio para ofrecer créditos rápidos y seguros.

2011

Nos expandimos al **Eje Cafetero**, acercándonos a pequeños y medianos comerciantes que necesitaban un aliado financiero.

2015

Llevamos nuestra propuesta a **todo el territorio nacional**. Tras consolidarnos en el Eje Cafetero y expandirnos al Valle del Cauca, llegamos a más regiones del país. Fortalecimos nuestra red y cartera, consolidándonos como líderes en créditos de consumo.

2020

La pandemia nos impulsó a adaptarnos. Creamos nuestra **tienda virtual** y ofrecimos a aliados la posibilidad de vender en línea con asesoría y herramientas digitales.

2021

Gracias al trabajo en equipo, logramos un hito histórico: **1 Billón COP en créditos colocados**.

2023

Fuimos reconocidos como uno de los mejores lugares para trabajar con un **nivel de felicidad del 98%** por parte de nuestros colaboradores.

2024

Continuamos adaptándonos a los cambios del mercado con soluciones innovadoras y un enfoque sostenible. Superamos los **1.000 colaboradores y los 58 mil aliados**.

2025

**Adoptamos la IA (Inteligencia Artificial) como vehículo para la optimización de los procesos internos** y creamos el área de Sostenibilidad para operar nuestra organización con criterios ASG publicando a su vez nuestro primer Informe de Sostenibilidad. Así, formalizamos nuestro compromiso con la sostenibilidad y con los grupos de interés.

# 1. Sistecrédito, crecer con propósito

[GRI 2-1] [GRI 2-22] [GRI 2-6]

# Nuestro modelo de negocio comienza con la confianza

Hacemos realidad el "compra ahora y paga después" de manera rápida, segura y accesible, gracias a nuestra plataforma tecnológica que desarrollamos para hacer realidad la inclusión financiera y conectar a nuestros clientes con una extensa red de comercios aliados, desde pequeños emprendedores hasta grandes marcas minoristas.

## Creación, entrega y captura de valor

### 1. Creación

#### Tecnología que abre puertas

Conectamos a millones de personas con financiamiento rápido mediante el uso de analítica de datos en tiempo real.

Creamos un ecosistema donde todos ganan.

**Nuestros clientes:** les decimos "sí" al crédito, sin importar si no tienen historial tradicional.

**Nuestros comercios aliados:** impulsamos sus ventas, apoyamos desde el pequeño emprendedor hasta la gran marca.

**Nuestra compañía:** aseguramos un crecimiento sostenible mediante la generación de valor económico y social.

### 2. Entrega

#### El crédito en el momento exacto

Llegamos con nuestra red nacional mediante:

- Tiendas físicas
- Comercio electrónico
- Plataformas de *social selling*
- Links de pago financiado
- Integraciones tecnológicas con plataformas de *e-commerce*

### 3. Captura

#### Crecimiento sólido y compartido

Nuestros ingresos fluyen de forma natural gracias al uso diario de nuestras soluciones:

**Ingresos financieros:** por las oportunidades de crédito que otorgamos.

**Comisiones operativas:** por el uso de nuestra plataforma en los comercios aliados.

**Servicios integrales:** por nuestras soluciones de pago y financiamiento.

## Así funciona nuestra cadena de valor

En nuestra cadena de valor articulamos actividades y sectores alrededor de la inclusión financiera. A continuación, mostramos cómo funciona este ciclo: un flujo donde abastecimiento, tecnología, originación de crédito, administración de cartera, servicio al cliente y áreas de apoyo convergen en un propósito común de hacer de la inclusión financiera una realidad cotidiana.

## Proceso de nuestra cadena de valor

1

Abastecimiento de insumos y servicios estratégicos

2

Desarrollo y soporte tecnológico

3

Originación del crédito (proceso core del negocio)

4

Administración de cartera y recaudo

5

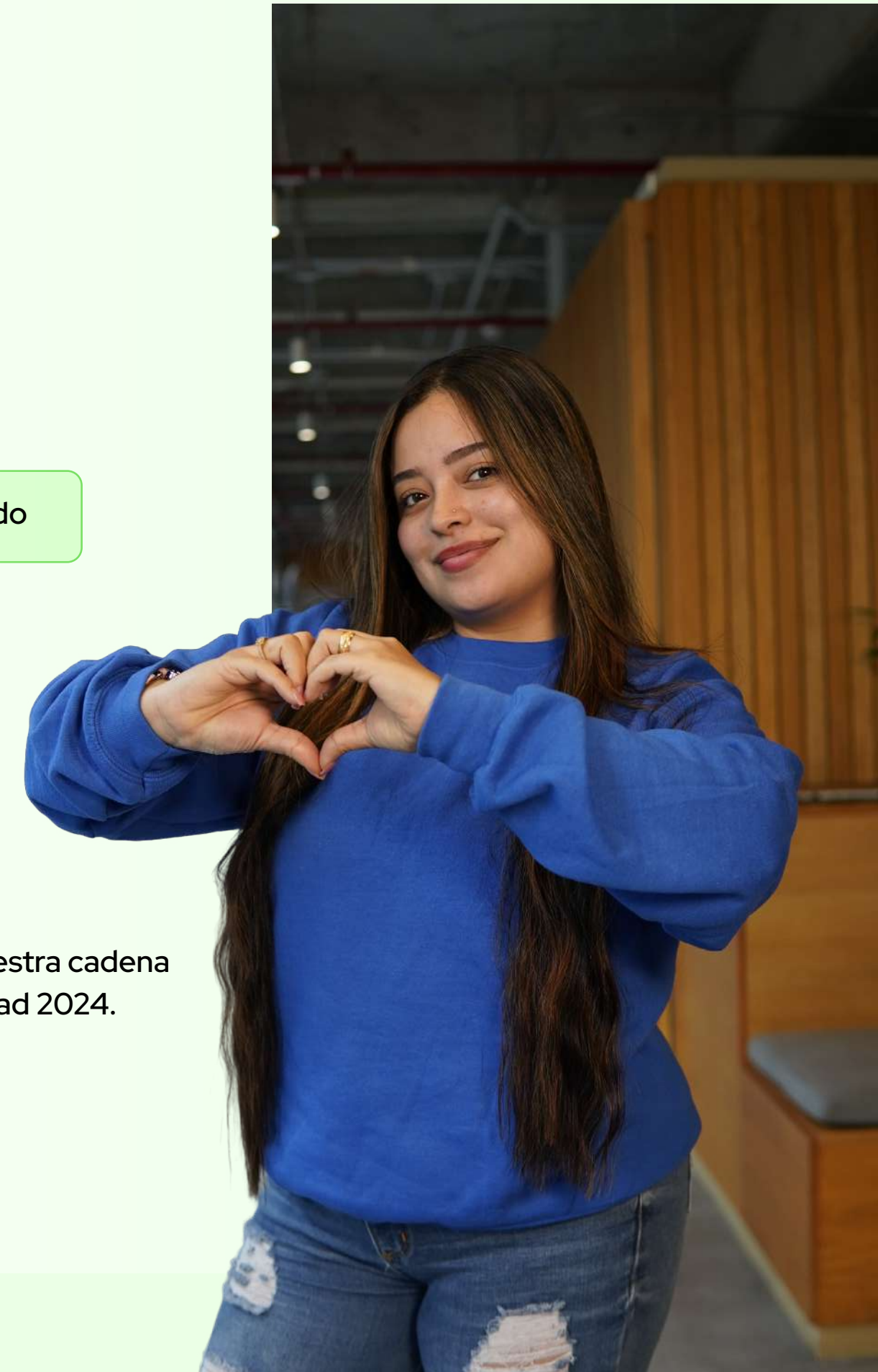
Servicio al cliente y fidelización

6

Áreas de apoyo

\*Para conocer a profundidad los detalles y la estructura de nuestra cadena de valor, invitamos a consultar nuestro Informe de sostenibilidad 2024.

<https://acortar.link/fyh5Rh>



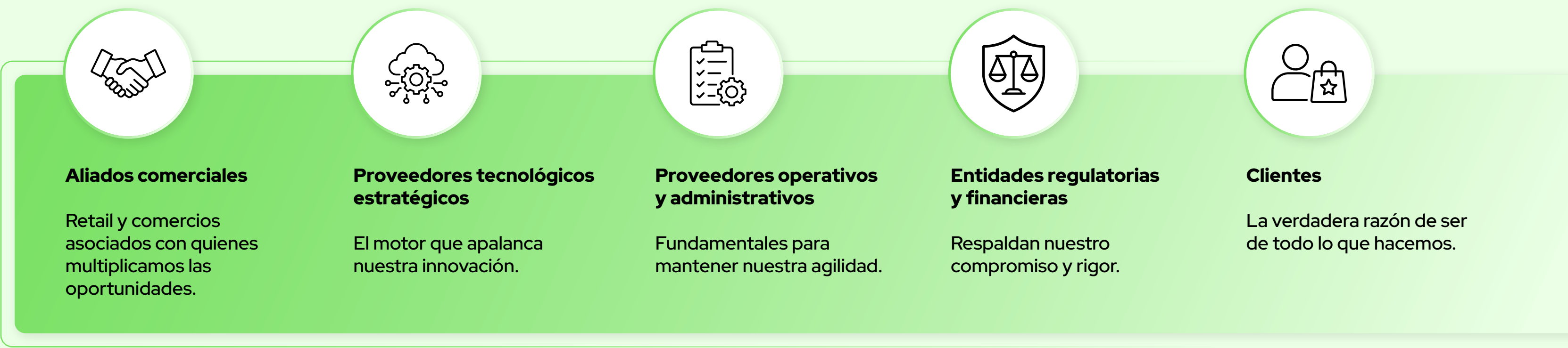
# Relaciones clave: crecer de la mano

[GRI 2-28]

Cuidamos cada una de estas relaciones desde la transparencia, el cumplimiento normativo y la gestión responsable del riesgo. **Trabajamos en equipo para integrar nuestros criterios de sostenibilidad, asegurando un ecosistema donde todos ganamos.**

Sabemos que para llegar más lejos, necesitamos caminar acompañados. Por eso, multiplicamos nuestro alcance y mejoramos la experiencia de nuestros clientes tejiendo redes con diversos actores del ecosistema.

Nuestro ecosistema cobra vida gracias a las conexiones estratégicas que cultivamos todos los días con:



## Generamos oportunidades reales

Toda nuestra gestión y los esfuerzos que realizamos son inspirados por grupos que le dan forma a nuestro propósito:

### Nuestros clientes finales:

- Familias colombianas.
- Personas con barreras de acceso al crédito tradicional.
- Jóvenes que están construyendo su historial crediticio.
- Consumidores en ciudades intermedias y municipios del país.

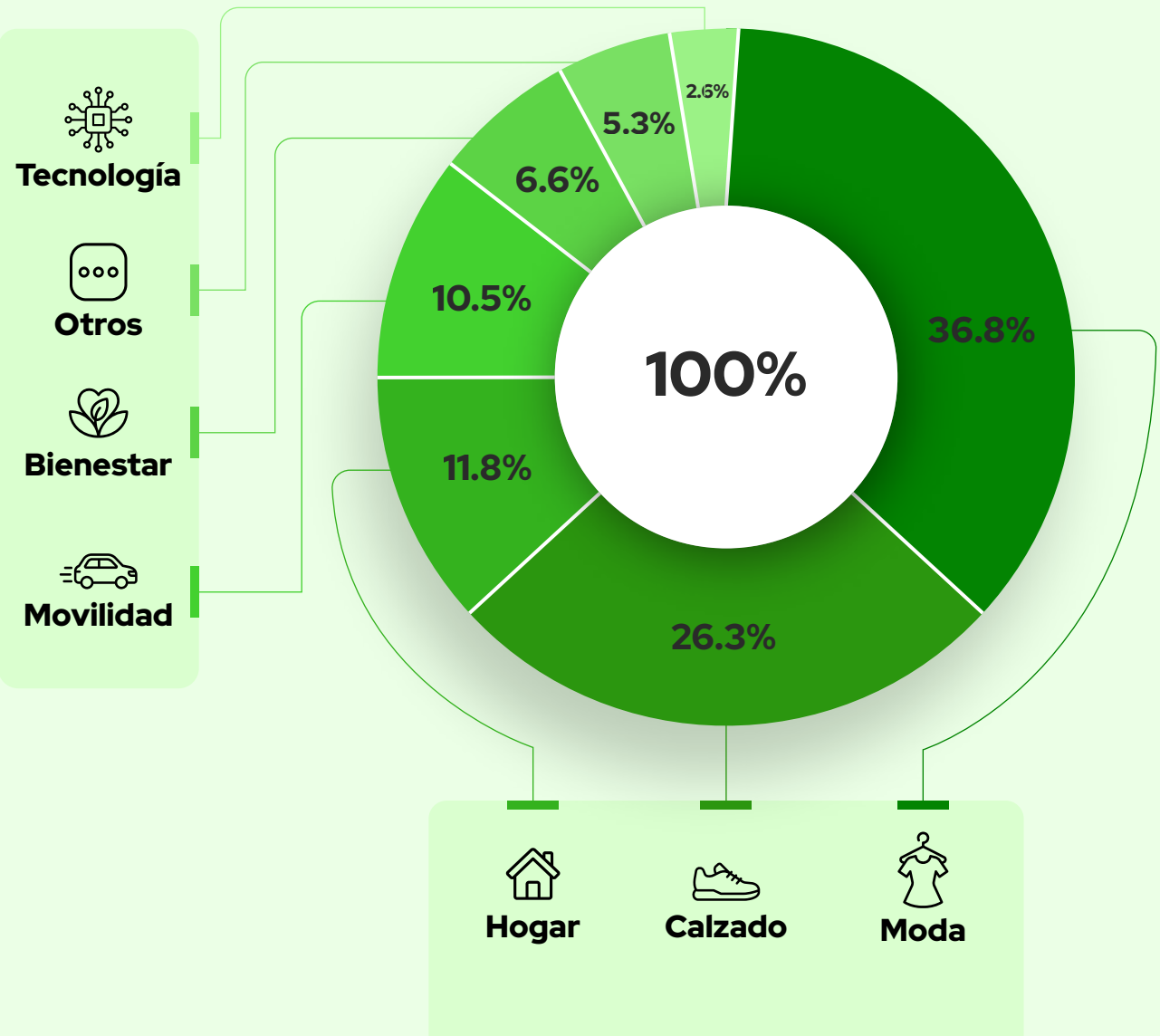
### Nuestros comercios aliados:

- Marcas del sector de moda y calzado.
- Comercios de electrodomésticos y hogar.
- Farmacias y bienestar.
- Movilidad y servicios.
- Pequeños emprendimientos y pymes.
- Cadenas de *retail*.

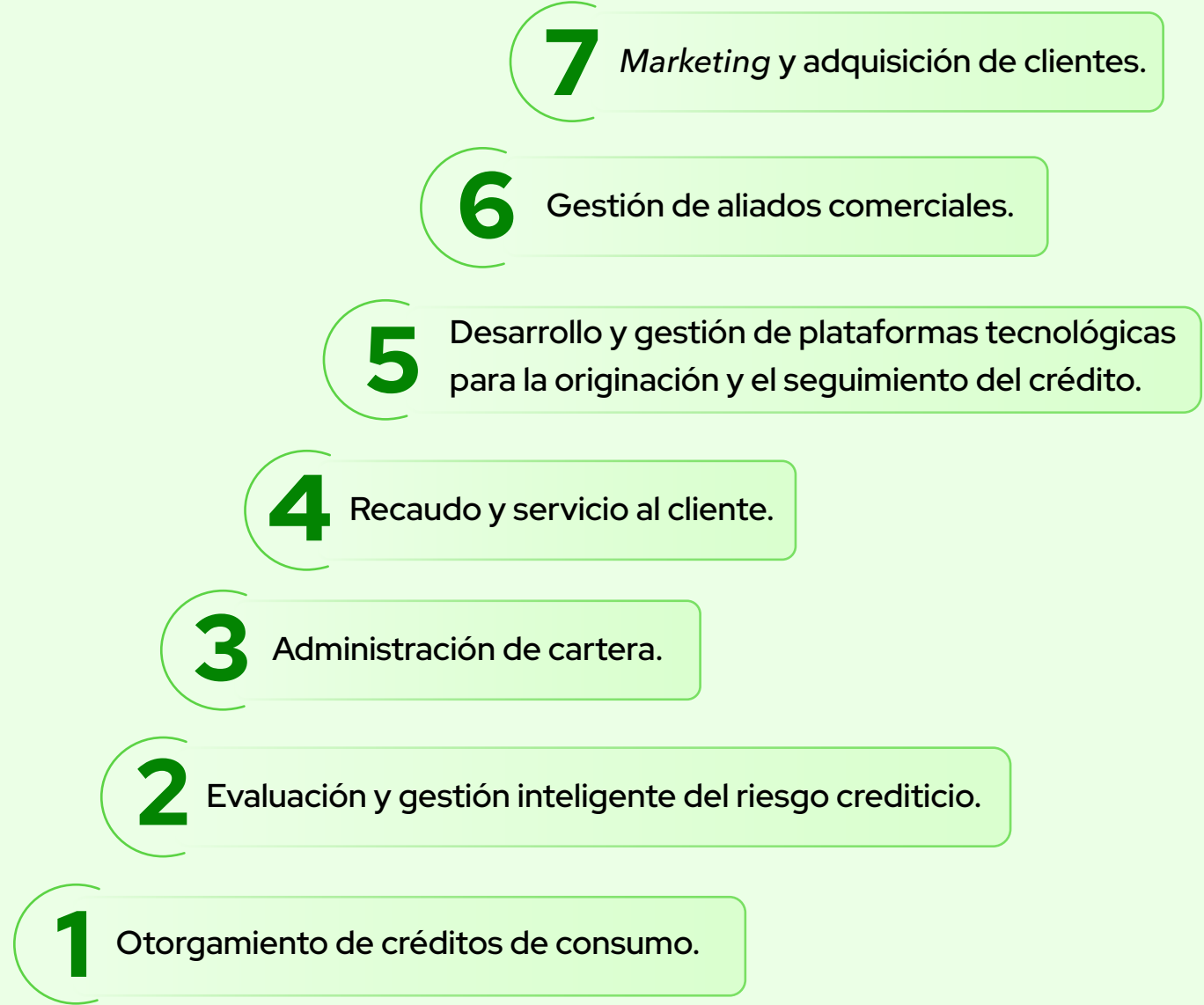
## Dinamizamos diversos entornos

Nuestra cadena de valor interactúa y genera impactos positivos en estos sectores:

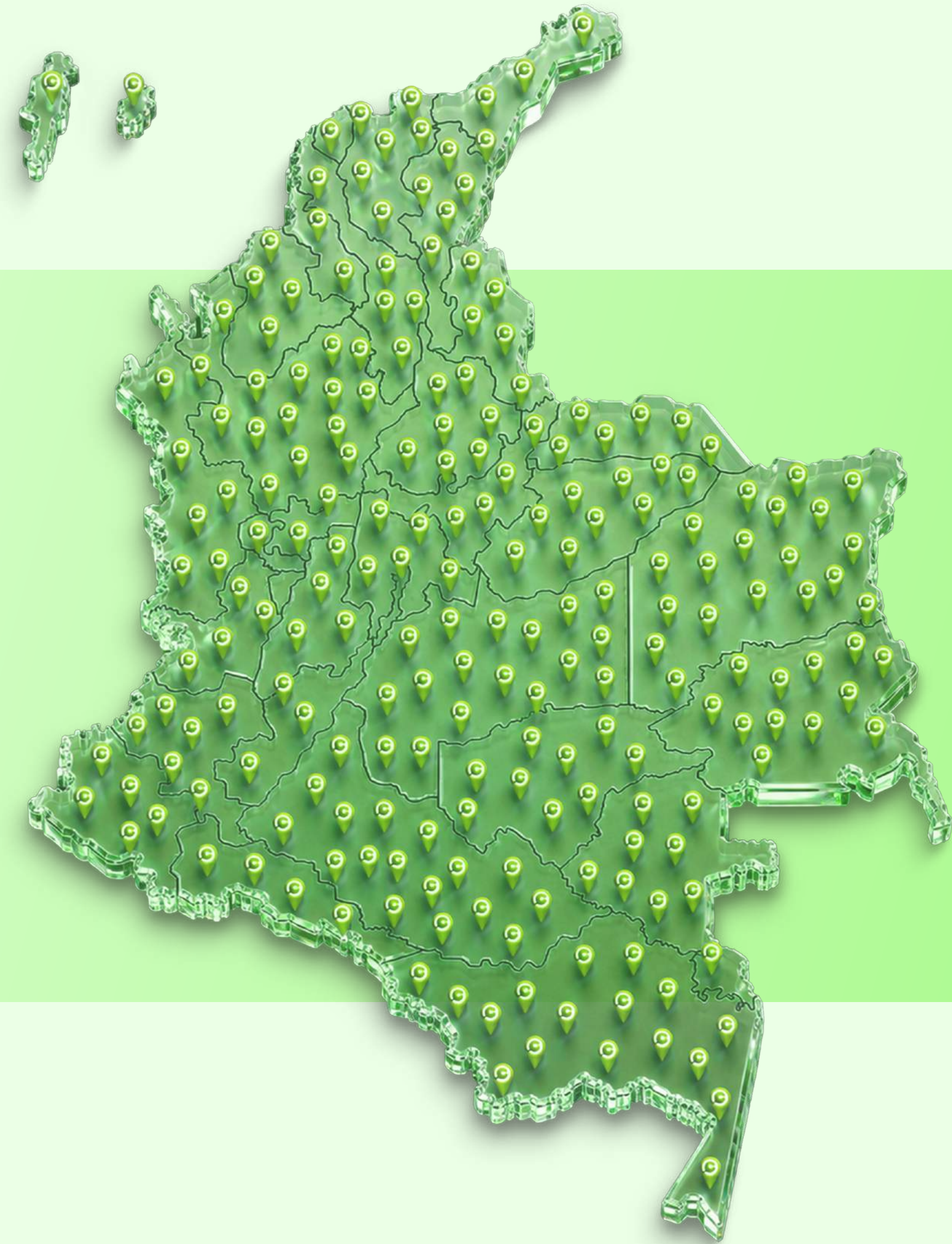
- Financiero y ecosistema *fintech*.
- Comercio *retail* (creciendo junto a nuestros aliados estratégicos).
- Servicios tecnológicos (asociados a la originación y el análisis de crédito).
- Servicios administrativos y de soporte corporativo.



## Servicios clave: así abrimos las puertas al financiamiento



Hoy habilitamos oportunidades  
en **650 municipios**,  
distribuidos en los **32 departamentos**  
de **Colombia**.



## Sostenibilidad en acción: nuestro modelo de negocio de impacto positivo

[GRI 2-22]

En Sistecrédito, la sostenibilidad nace de las personas y comunidades con las que construimos relaciones cada día. Nuestros grupos de interés nos inspiran a seguir abriendo puertas, promoviendo; inclusión financiera y generando oportunidades que transforman vidas.



Nuestra area de Sostenibilidad trabaja continuamente para comprender mejor a nuestros grupos de interés, reconociendo sus contextos, necesidades y barreras, con el propósito de seguir construyendo un camino de impacto positivo, inclusión y generación de oportunidades para todos.



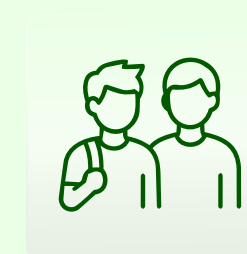
Comunidades rurales



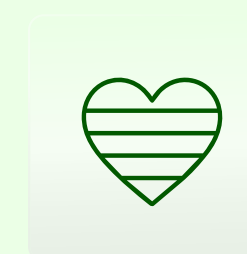
Mujeres



Personas con discapacidad



Jóvenes y adultos



Comunidad LGBTQI+

Cuando el crédito es inclusivo, el desarrollo sí llega a todos.

# Innovamos para estar donde las personas nos necesitan

2025 fue un periodo de evolución en cómo impactamos la vida de las personas. Nos retamos a ir más allá de las transacciones para construir relaciones reales, sólidas y duraderas. **Al conectar nuestra esencia con el país, crecer con nuestros comercios aliados y humanizar la innovación digital, fortalecimos un ecosistema más cercano e inclusivo.**

## Expansión de mercado

Crecimiento nacional, profundización y escala por aliados.

**+25%**  
en comercios aliados

Ampliamos nuestra red para escalar las ventas conjuntas (crecimiento B2B2C).

**+12%**  
en nuevos compradores

Llegamos a más personas en el mercado nacional.

**5,5** usos por persona

Aumentamos la frecuencia y recurrencia de pagos para entregar mayor valor a cada cliente.

## Nuestro impacto en 2025: tres frentes de transformación



### 1. Conectamos nuestra esencia con el corazón de Colombia

En un mercado más exigente, nos retamos a ir más allá de la visibilidad para que las personas entendieran y conectaran con nuestro propósito.

#### #1 Top of Mind (TOM)

Multiplicamos nuestra presencia en canales físicos, digitales y eventos para ser la primera marca en la mente de los colombianos de acuerdo con este estudio. Así subimos esta medición a nivel nacional del 7% a un 16%.

#### Buscamos el 100% de la transparencia

Con un acompañamiento relacional, nuestros agentes están siempre disponibles para escuchar y acompañar a nuestros aliados.



### 2. Crecemos de la mano con nuestros comercios aliados

Decidimos transformar nuestra relación con aliados: dejamos atrás lo transaccional para construir historias de éxito compartido.

#### Cobranding

Integramos nuestra identidad en sus campañas para multiplicar la visibilidad en tiendas físicas y canales digitales.

#### Más tráfico y ventas

Activamos nuestra capacidad en ferias y eventos para impulsar los resultados de nuestros aliados, triplicando las ventas frente al año anterior.

#### Acompañamiento real

Brindamos herramientas, materiales y dinámicas para facilitar el uso de nuestro ecosistema.



### 3. Innovación digital con rostro humano y cercano

Nos enfocamos en humanizar nuestros canales digitales. Trabajamos en cuatro frentes que permitieron que más personas accedieran, entendieran y confiaran en nuestro ecosistema:

#### IA como habilitador

A través de 17 proyectos de IA optimizamos procesos y productividad: *chatbots* y *voicebots* ofrecen atención cercana, mientras que la analítica predictiva anticipa necesidades y reduce fricciones en la experiencia del cliente.

#### Movilizadores de negocio

Activación con segmentación inteligente, alertas tempranas para reducir *\*churn*: y recomendaciones personalizadas para recompra.

#### Comunicaciones pedagógicas

Formamos al 30% de las áreas clave del negocio en IA, asegurando que nuestro equipo entienda y use estas herramientas efectivamente.

#### Experiencia integrada

Coherencia entre activaciones físicas y digitales para acompañar todo el recorrido del cliente.

# Hitos comerciales

Aprovechando un entorno económico favorable para el país, marcado por la disminución de la inflación y las tasas de interés, **en 2025 impulsamos el consumo responsable y abrimos nuevas puertas para avanzar.**

Llevamos nuestro propósito de inclusión financiera a los escenarios más relevantes y demostramos que es posible expandir nuestro ecosistema comercial mientras respaldamos a los proyectos sociales y deportivos que nos unen con las comunidades.

- Nos unimos a grandes referentes del *retail*, como **Colombiana de Comercio**.
- Participamos en **Effix 2025**, el evento de *e-commerce* más grande de Latinoamérica.
- Acompañamos a miles de clientes a cumplir su meta de adquirir una motocicleta en la **Feria 2 Ruedas 2025**.
- Apoyamos **proyectos sociales y deportivos** de clientes y aliados comerciales:

## Team Sistecrédito

Apoyamos eventos **nacionales e internacionales** como motor social para inspirar, conectar y construir comunidad.



# Reconocimientos que nos llenan de orgullo

Nuestro compromiso con el liderazgo ético, la generación de valor social y el bienestar de las comunidades hace eco en nuestro entorno. Estos reconocimientos nos confirman que nuestra forma de hacer empresa va por el camino correcto:

## Líder empresarial por La Nota Económica

Nuestro presidente, Álvaro Villegas, fue destacado por su gestión orientada al desarrollo responsable, su apuesta por la innovación y su capacidad para construir relaciones de confianza a largo plazo.

## Exaltación por parte del Concejo de Medellín

Homenaje a la trayectoria empresarial de Álvaro Villegas, destacando su aporte al desarrollo económico y social del país.

**El Banco de Sangre de la Clínica del Rosario y la Gobernación de Antioquia nos exaltaron como una de las principales empresas donantes.** Un logro gracias al compromiso voluntario de nuestros colaboradores con la salud comunitaria.

# Impacto económico en el país: crecimiento que se traduce en bienestar

[GRI 201-1]

En 2025 logramos resultados financieros que nos permitieron fortalecer nuestra red de comercios aliados, dinamizar la economía local y multiplicar la generación de valor para cada uno de nuestros grupos de interés.

**Crecimiento financiero dinámico**  
Eficiencia que garantiza sostenibilidad a largo plazo

**Ingresos:** COP \$282.224 millones  
**(+12,1%)**

**Utilidad neta:** COP \$30.156 millones  
**(+25,6%)**

Margen EBITDA: **23%**

## Inversión en bienestar: COP \$118.485 millones

### Plan Sentir como pilar estratégico

Cuidamos la salud financiera y emocional, así como el desarrollo profesional de nuestros colaboradores.

### Relaciones responsables

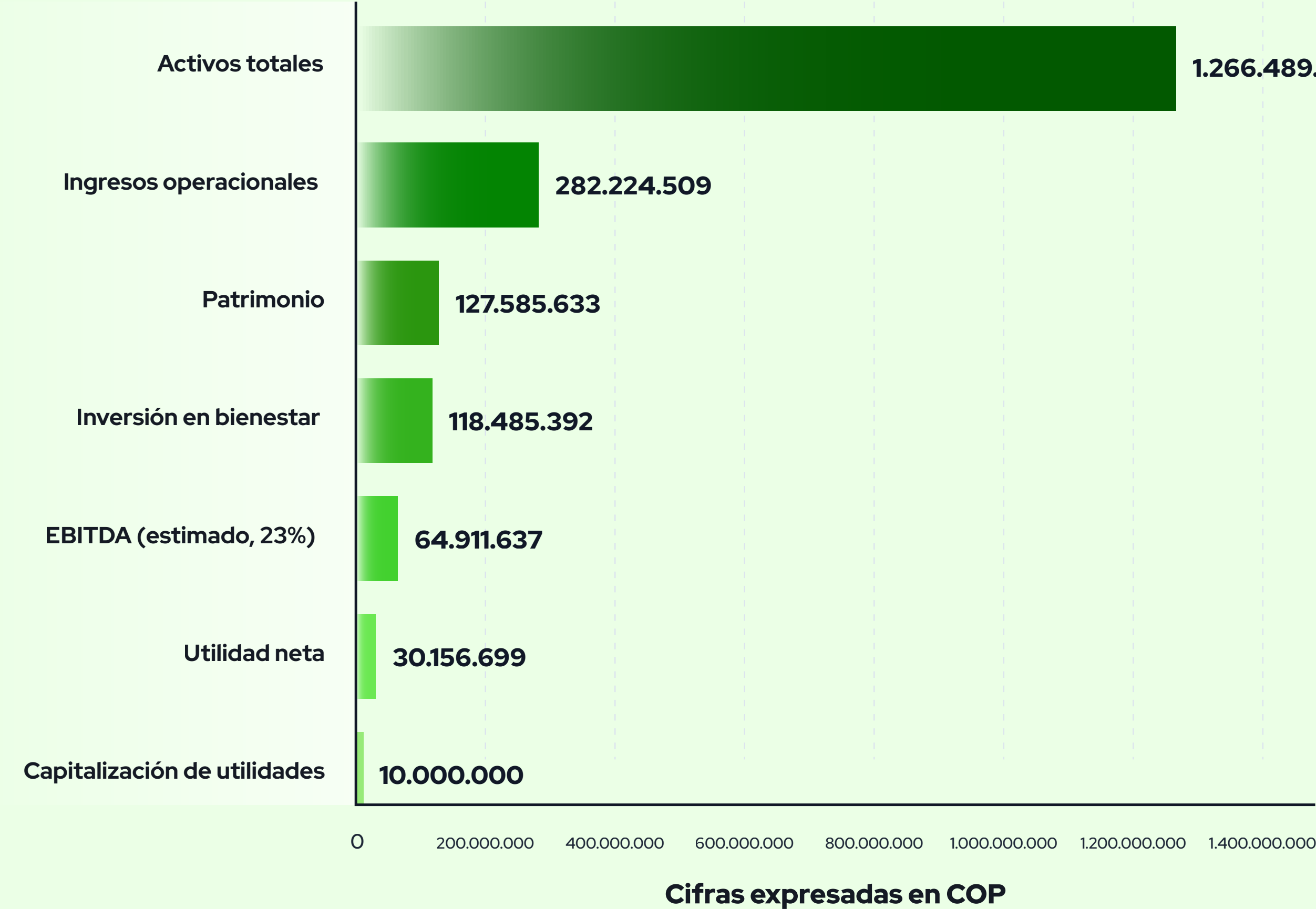
Cumplimiento oportuno con proveedores y aliados, impulsando el sector financiero.

### Mapeo de relacionamiento

100% de nuestros proveedores y aliados mapeados, garantizando vínculos sólidos y responsables.



# Indicadores financieros y de inversión social (2025)



## Rentabilidad 2025

Margen EBITDA (2025)

**23,0%**

Margen neto (2025)

**10,7%**

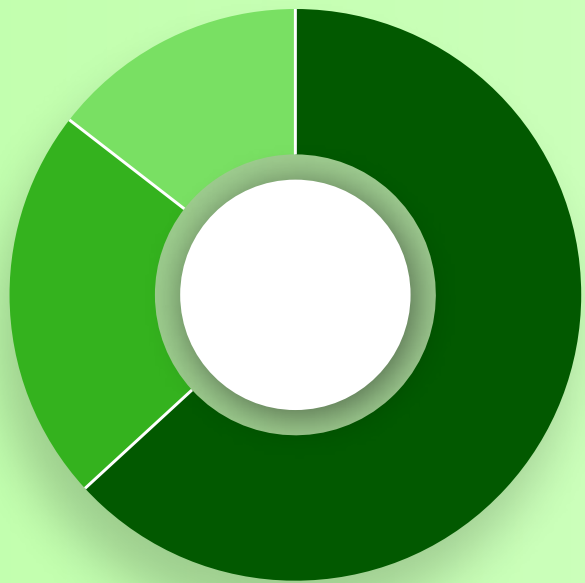
EBITDA estimado

**64.911.637**

Utilidad neta

**30.156.699**

## Relación entre Ingresos, EBITDA y Utilidad (2025)



**Utilidad neta: 10,7%**

\$30.156.699

**EBITDA - (después de neto): 12,3%**

\$34.754.938

**Resto de ingresos: 77%**

\$217.312.871

Estos hitos nos impulsan a seguir promoviendo una organización consciente de su rol social y enfocada en dejar una huella positiva dondequiera que operemos.



## **2. Estrategia corporativa: lo que nos mueve y nos guía**

[GRI 3-1][GRI 2-22] [GRI 3-3]

En Colombia las Fintech han redefinido las reglas del juego al derribar barreras del sistema financiero tradicional. **En Sistecrédito hemos convertido la inclusión en un motor de transformación social**, gracias al diseño de soluciones ágiles para quienes históricamente fueron invisibles para la banca.

Nuestra estrategia se fundamenta en seguir diciendo sí a quienes solicitan un crédito. A través de modelos de análisis de riesgo innovadores y procesos simplificados, facilitamos el acceso a crédito para trabajadores independientes, hogares y personas sin historial crediticio.

Componentes de nuestra estrategia corporativa

**Pagos digitales**

Menos efectivo, más agilidad.  
Experiencias digitales sin fricciones.

**Inteligencia artificial**

Nos permite mejorar la seguridad, optimizar procesos de cobranza y productividad.

**Relevancia y cliente**

Entenderlo mejor para responderle con el diseño de una oferta más atractiva.

**Gestión de riesgo**

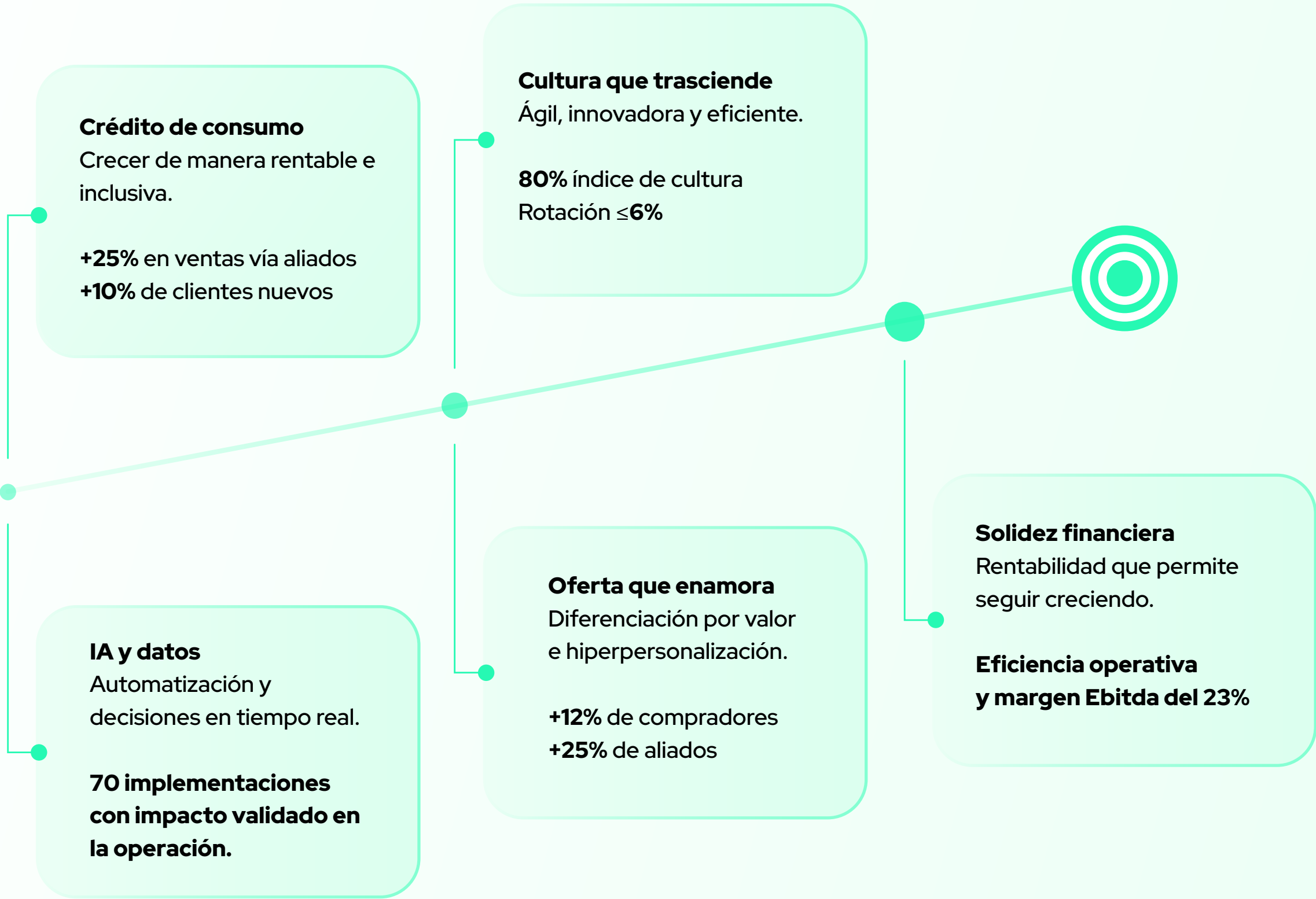
Crecimiento con disciplina.  
Control del riesgo para proteger a nuestros clientes.

**Agilidad organizacional**

Aprendizaje rápido, colaboración y ejecución para responder a un mercado en constante cambio.

En Sistecrédito estamos convencidos de que el compromiso con la inclusión es la herramienta más poderosa para transformar el acceso a oportunidades y dinamizar la economía del país. Este propósito, se traduce en los objetivos estratégicos hacia el 2026, con indicadores claros, convertidos en focos de trabajo concretos para clientes, aliados y la organización.

Objetivos estratégicos para recibir el 2026



# En Sistecrédito estamos obsesionados con generar valor real y confianza, mediante la excelencia en el servicio y el cuidado de las familias de Colombia

## Focos estratégicos

En 2025 establecimos una metodología clara por focos: equipos multidisciplinarios con poder de decisión, estrategia socializada y alcances definidos. Cada foco precisa tangibles, indicadores, iniciativas y acciones que garantizan entregas mensuales de valor, sincronización entre equipos y seguimiento continuo.

El proceso se estructura bajo retrospectivas trimestrales, mesas de trabajo, planeaciones y entregas, con reportes a instancias directivas.



### Alianzas con propósito

Aliados al centro, fortaleciendo nuestra posición y oferta de valor.



### Cultura de excelencia

Desarrollo de talento, excelencia y mejora continua.



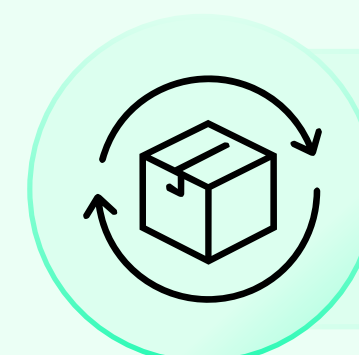
### Innovación y sostenibilidad

Transversal con prácticas sostenibles para el crecimiento a largo plazo.



### Experiencia centrada en el cliente

Servicio superior con adaptación rápida a sus necesidades.



### Evolución de producto

Fortalecimiento del portafolio con soluciones ágiles, seguras y de calidad.

# Innovación, sostenibilidad e inclusión financiera: nuestro compromiso con el futuro

[GRI 3-3]

Durante 2025, la innovación y la sostenibilidad se posicionaron como pilares estratégicos que sustentan nuestro compromiso con la inclusión financiera y transforman la forma en que creamos valor para clientes, aliados y comunidades. Cada uno de estos pilares tuvo un plan de trabajo intencional para su estructuración y crecimiento.

## Pilar de innovación: cultura + IA como motor de productividad y valor

En Sistecrédito la innovación evoluciona en dos capas complementarias: una cultura organizacional ágil y eficiente que moviliza a toda la organización y tecnología con IA/datos que automatiza procesos y acelera decisiones en tiempo real.

## Logros de nuestro ADN innovador en 2025

**40%** de la organización activa (de 1.221 colaboradores).

**60%** de colaboradores capacitados en metodologías creativas.

**38** embajadores lideraron prácticas de innovación.

**+100** ideas registradas.

**52** proyectos implementados (superamos la meta de materializar el 50% de las ideas inscritas).

**18** soluciones desarrolladas con IA para optimizar procesos.

**100%** implementados los espacios físicos de experimentación e innovación:

## Sistema de gestión GIRO

En Sistecrédito la innovación nace del talento colectivo. Por eso consolidamos una cultura participativa donde las ideas se transforman en soluciones reales a través del Sistema de Gestión GIRO. Este modelo articula la generación, priorización y escalamiento de iniciativas con impacto estratégico e integra criterios de sostenibilidad, eficiencia operativa e inclusión financiera.

GIRO asegura que cada iniciativa avance por un ciclo riguroso: ideación, prototipado, construcción y validación para convertir la creatividad en resultados tangibles. Esto nos permite contar con un flujo de innovación activo y constante.



**Sistecrédito Store:** espacio físico donde nuestros clientes se relacionan directamente con la experiencia Sistecrédito, viviendo de cerca nuestra propuesta de valor.

**Puntos Innova:** plataforma interna que fideliza a nuestros colaboradores al acumular puntos por participar en iniciativas de innovación y actividades empresariales.

Ocupamos el puesto **149** entre las **308** empresas más innovadoras del país (ANDI).

## Hitos de GIRO

**159**  
ideas gestionadas.

**20** ideas presentadas al comité,  
de las cuales **18 se encuentran en fase de ideación.**

**1** idea en construcción.

**1** idea validada, evidenciando la capacidad de llevar iniciativas hasta etapas de implementación real.

# Sostenibilidad, un pilar en nuestra cotidianidad

Consolidamos nuestra hoja de ruta de sostenibilidad bajo los criterios ASG: ambiente, sociedad y gobernanza. Durante 2025 integramos la sostenibilidad en la estrategia corporativa mediante el análisis de materialidad, un órgano de gobernanza dedicado al seguimiento y la integración con todas las áreas.

Con transparencia y una medición rigurosa de nuestro impacto, transformamos nuestra cultura en motor de cambio positivo para el entorno y las comunidades donde operamos.



## Nuestros avances y resultados en sostenibilidad

**40% de colaboradores capacitados en sostenibilidad**, así fortalecimos la cultura organizacional frente a desafíos ambientales y sociales.

**Informe de huella de carbono 2024** con herramientas de medición y seguimiento implementadas.

**Dos iniciativas de compensación ambiental:** Botellas de Amor y Bazar Re-Vive un Espacio, orientadas a reducir la huella plástica e implementar acciones de economía circular.

**Informe de sostenibilidad 2024**, su publicación consolidó la transparencia en nuestra rendición de cuentas ante grupos de interés.

**Alianzas con cinco fundaciones** para incrementar nuestro impacto territorial.

**Programas activos de movilidad sostenible**, gestión de residuos y movilizadores ambientales.

## ¿Cómo lo hemos logrado?

### 1. Materialidad como base

- Definimos **9 asuntos materiales** con impacto cuantificado.
- Establecimos la **trazabilidad total** en cada compromiso.

### 2. Gobernanza activa

- Creamos un equipo** dedicado al cumplimiento y seguimiento de la estrategia de sostenibilidad.
- Sincronizamos constantemente las diferentes unidades del negocio.

## Materialidad: fundamento de nuestra estrategia sostenible

[GRI 2-29] [GRI 3-1] [GRI 3-2] [GRI 3-3]

En 2025 ejecutamos nuestro primer análisis de doble materialidad, ejercicio que integró las dimensiones financiera, ambiental, social y de gobernanza (ASG). Este análisis nos permitió determinar nuestro impacto en el entorno, así como la influencia de dinámicas externas e internas en la generación de valor a largo plazo.

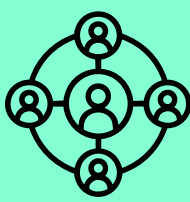
Con base en los estándares GRI 2021 y SASB, combinamos materialidad de impacto (nuestra huella en grupos de interés) con materialidad financiera (riesgos y oportunidades) para garantizar un buen desempeño económico y una reputación positiva. El proceso incluyó la escucha activa a nuestros grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores y aliados. Como resultado, establecimos una hoja de ruta que alinea expectativas del mercado con nuestras metas de crecimiento responsable.

Nuestro proceso de doble materialidad



1. Análisis estratégico

Alineamos nuestro propósito y el contexto *fintech* con los retos de la sostenibilidad.



2. Mapeo de actores

Identificamos a los grupos de interés clave, desde clientes y aliados hasta reguladores.



3. Exploración de temas

Definimos asuntos críticos como inclusión, ciberseguridad, ética e innovación.



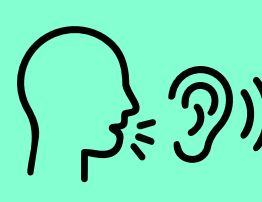
4. Evaluación de impacto

Analizamos cómo nuestra operación transforma positivamente a la sociedad y al entorno.



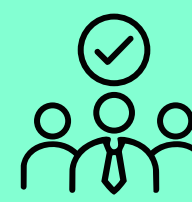
5. Evaluación financiera

Identificamos cómo los factores ASG blindan la rentabilidad y la reputación del negocio.



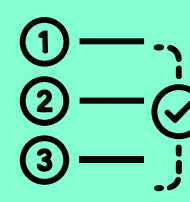
6. Escucha activa

Consultamos la visión de líderes y grupos de interés a través de diálogos y encuestas.



7. Priorización técnica

Construimos nuestra matriz de materialidad bajo estándares internacionales (GRI y SASB).



8. Validación directiva

Aseguramos la alineación de los temas críticos con la alta dirección y la estrategia corporativa.

Resultados del análisis de materialidad 2025

Listado de asuntos materiales consultados

- Cumplimiento regulatorio, transparencia y reputación
- Responsabilidad con los clientes y experiencia con el servicio
- Relacionamiento con la cadena de valor y grupos de interés (aliados y proveedores)
- Gestión de riesgos
- Seguridad de la información
- Promoción del consumo responsable y sostenible a clientes
- Desempeño económico y resiliencia del negocio
- Educación e inclusión financiera
- Ética empresarial y buen gobierno corporativo
- Innovación y digitalización
- Bienestar, desarrollo del talento y condiciones laborales
- Impacto social y comunitario
- Diversidad, equidad e inclusión (DEI)
- Derechos humanos
- Cambio climático
- Conservación de ecosistemas y biodiversidad
- Eficiencia energética
- Gestión del agua - Gestión de residuos

Las voces que nos impulsan

| Grupo de interés consultados | No. de respuestas |
|------------------------------|-------------------|
| Proveedores                  | 65                |
| Colaboradores                | 138               |
| Aliados                      | 154               |
| Clientes                     | 234               |
| Total                        | 591               |

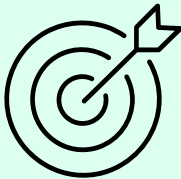
Generación de valor

Para guiar nuestras acciones, primero identificamos dónde generamos mayor valor.

El análisis de impacto social, ambiental y financiero nos permitió organizar los asuntos en tres categorías para concentrar nuestros esfuerzos en lo que realmente importa a la organización y nuestros públicos de interés.

Categoría de asuntos

Asuntos materiales identificados



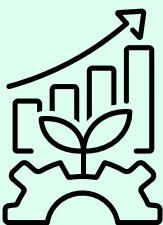
Asuntos estratégicos

- 1. Responsabilidad con los clientes y experiencia de servicio
- 2. Relacionamiento con la cadena de valor y grupos de interés (aliados y proveedores)



Asuntos críticos

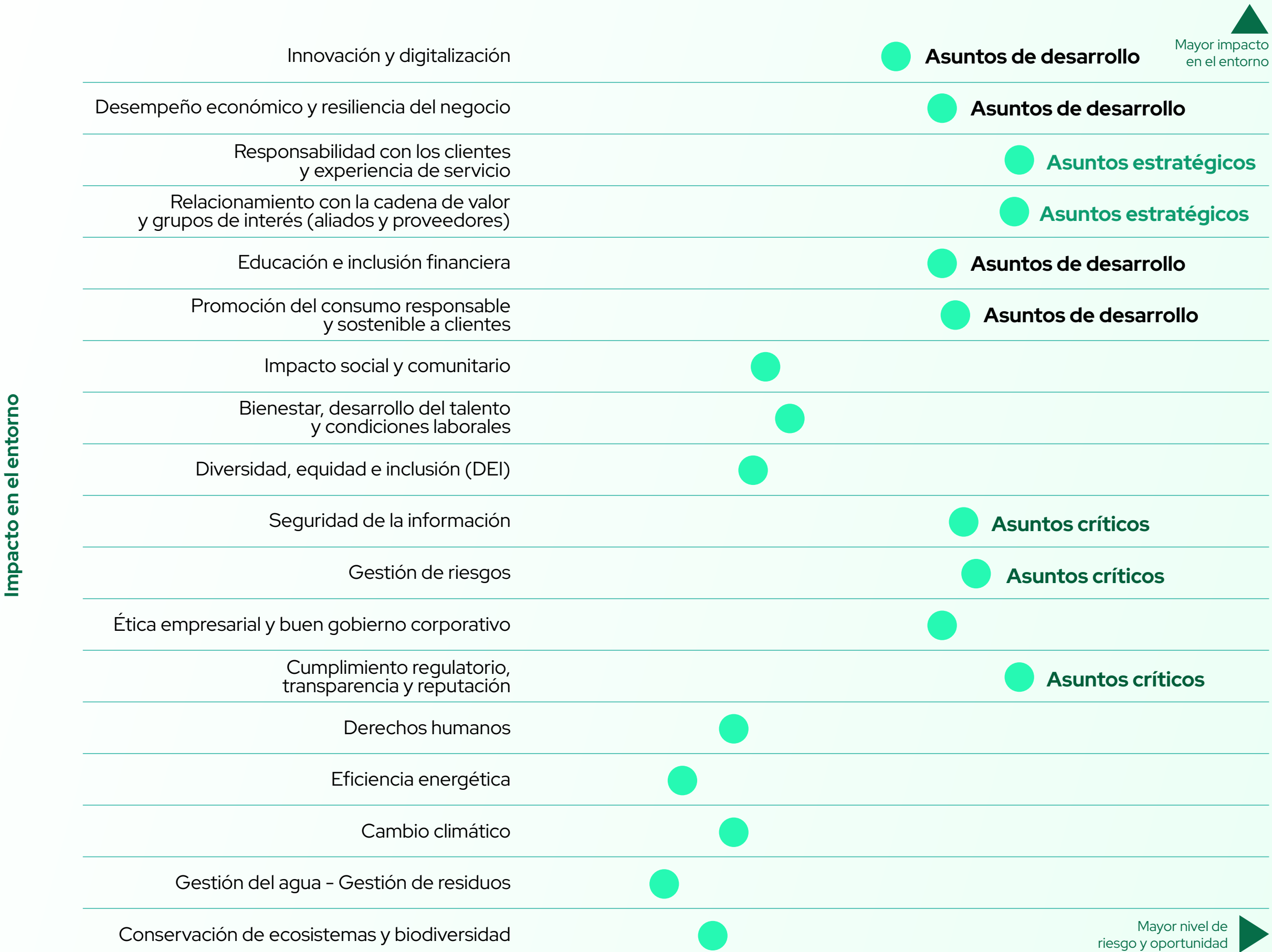
- 3. Seguridad de la información
- 4. Gestión de riesgos
- 5. Cumplimiento regulatorio, transparencia y reputación



Asuntos de desarrollo

- 6. Innovación y digitalización
- 7. Desempeño económico y resiliencia del negocio
- 8. Educación e inclusión financiera
- 9. Promoción del consumo responsable y sostenible a clientes

Resultado de la priorización técnica: Matriz de doble materialidad



Impacto en la Organización

# Sinergia estratégica: el valor de nuestros grupos de interés

[GRI 2-29]

Nuestro crecimiento es sostenible cuando genera valor compartido. Durante 2025 integramos estructuralmente a nuestros grupos de interés en la estrategia corporativa, reconociendo que sus expectativas guían nuestra innovación y excelencia operativa.

A través de la escucha activa y un diálogo transparente, alineamos necesidades de clientes, aliados, colaboradores y proveedores con los objetivos del negocio.

Este proceso fortaleció la confianza y la reputación,y nos permitió identificar oportunidades para potenciar la inclusión financiera y la sostenibilidad. En las siguientes secciones detallamos las acciones y compromisos que transformaron nuestra relación con cada actor clave, consolidando un ecosistema donde el éxito de uno impulsa el progreso de todos.

| Grupo de interés                   | Gestión realizada 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cientes finales                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema integral de escucha (mediciones relacionales y transaccionales, PQRSF y monitoreo de canales).</li><li>• Análisis de tendencias de consumo y comportamiento del mercado.</li><li>• Ajuste de recorridos de experiencia en customer journey.</li></ul> |
| Marcas aliadas / comercios aliados | <ul style="list-style-type: none"><li>• Fortalecimiento del relacionamiento con aliados estratégicos.</li><li>• Implementación de la Academia Sistecrédito.</li><li>• Webinars y formación en ventas, vinculación y uso del servicio.</li></ul>                                                       |
| Colaboradores                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconocimiento a experiencias memorables de servicio.</li><li>• Fortalecimiento de la cultura de servicio interna.</li></ul>                                                                                                                                  |
| Equipos de líderes                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Uso de inteligencia artificial como apoyo en la atención.</li><li>• Personalización de interacciones.</li><li>• Medición ROX B2C y B2B para evaluar el impacto en la rentabilidad.</li></ul>                                                                  |

# Alianzas estratégicas: conectando con el ecosistema

[GRI 2-28]

Fortalecemos nuestra posición en el mercado al participar activamente en gremios y comunidades especializadas. Estas alianzas nos permiten liderar conversaciones sobre inclusión, innovación y sostenibilidad en Colombia y la región, manteniéndonos actualizados en tendencias, regulación y buenas prácticas.

Juntos creamos una estrategia que trasciende: un ecosistema donde la **innovación, la sostenibilidad y la inclusión financiera** abren puertas al futuro.

Liderazgo en el sector financiero y *fintech*



Colombia Fintech



Latam Fintech Market  
BY COLOMBIA FINTECH



COLCOB  
Asociación del ecosistema crediticio y BPO



Aso Ban Caria  
90 Años  
Acercando la Banca a los Colombianos

Conexión con la evolución del sector, conversaciones estratégicas e inclusión financiera.



ANDI



MÁS PAÍS

Participación en este programa de premiación.

Excelencia operativa, riesgo y gobierno



AUDITOOL



Instituto de Auditores Internos de Colombia



ISACA  
Medellin Chapter

Fortalecimiento en auditoría, control, gestión de riesgos y seguridad de información.



Project Management Institute  
Antioquia Colombia

Estándares y metodologías en gestión de proyectos.

Experiencia, liderazgo y transformación



WOBI  
Inspiring Ideas

Fortalecimiento de liderazgo y visión estratégica.



AG  
Asociación para la Gestión Estratégica de la Experiencia

Comunidad latinoamericana en gestión de experiencia de clientes y colaboradores.

Compromiso con el territorio



MILCOLORES EL SANTUARIO

Sostenibilidad ambiental e impacto social.



### 3. Liderazgo ético y transparente

# Liderazgo que responde a quienes confían en nosotros

[GRI 2-9] [GRI 2-10] [GRI 2-11] [GRI 2-12] [GRI 2-14]

Entendemos que cada decisión impacta a quienes confían en nosotros. Por eso combinamos visión de largo plazo con experiencia, pensando en el bienestar de clientes, colaboradores y aliados. Este equilibrio requiere que la familia fundadora y el equipo ejecutivo deliberen constantemente sobre cómo traducir crecimiento sostenible, transformación digital e inclusión en acciones concretas.

## Estructura de gobierno

La Asamblea General de Accionistas es el máximo órgano de gobierno. Tiene el poder de nombrar y también destituir al Presidente Ejecutivo mediante procedimientos formales que garantizan transparencia, criterios de idoneidad documentados y la participación efectiva de accionistas.

El Comité Directivo ejecuta la dirección de la Asamblea, define la estrategia corporativa y garantiza que el crecimiento sostenible y la transformación digital avancen de manera integrada. Su conformación combina miembros de la familia fundadora con ejecutivos de trayectoria comprobada en finanzas, comercio y tecnología digital.

## Criterios de conformación del Comité Directivo

- Trayectoria verificable en finanzas, comercio y tecnología digital.
- Dominio de estrategias que escalan sosteniblemente.
- Visión que trasciende ciclos cortos, equilibrando gobernanza familiar con prácticas profesionales.
- Liderazgo comprobado en dirección de equipos y gestión organizacional.
- Alineación genuina con valores y propósito de Sistecrédito.

## Equipo ejecutivo

### Presidente Ejecutivo

- Álvaro Villegas Londoño

### Equipo de Vicepresidencias

- **Vicepresidente de Estrategia y TI:**  
Emilio Villegas Molina
- **Vicepresidenta de Operaciones y Plataformas Tecnológicas:**  
Juliet Natalia Flórez
- **Vicepresidente Comercial:**  
Hernán Arturo Roa
- **Vicepresidenta Financiera y Administrativa:**  
Mónica María Ossa

### Liderazgo estratégico

- **Directora de Sostenibilidad y RSE:**  
Isabel Villegas Molina
- **Asesor estratégico:**  
Ricardo Villegas Londoño

### Distribución



57% hombres, 43% mujeres

- 29% mayores de 50 años
- 71% entre los 30-50 años

## Comités especializados

El Comité Directivo recibe información periódica de estructuras especializadas que monitorean aspectos clave, como se ve a continuación.

| Comité                          | Responsabilidad                                               |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Financiero                      | Supervisión de la salud económica y del desempeño financiero. |
| Riesgos                         | Identificación y planes de mitigación de amenazas.            |
| Comité de producto: Tribe Arena | Oportunidades y propuestas para el desarrollo de producto.    |
| Seguridad de la información     | Protección de datos y sistemas.                               |
| Ética                           | Cumplimiento de principios y valores.                         |
| Comercial y mercadeo            | Desempeño territorial y estrategia de mercado.                |
| Riesgo de crédito y cartera     | Calidad de portafolio y exposición crediticia.                |

Además de los comités mencionados, existen otros espacios colaborativos de trabajo que fortalecen la gestión transversal de la organización y contribuyen al avance de temas estratégicos en la compañía.

Las áreas de Sostenibilidad y Auditoría Interna complementan este sistema mediante reportes sobre el desempeño ASG, el cumplimiento de compromisos y la verificación estratégica para tomar decisiones informadas.

# Formación y evaluación del máximo órgano de gobierno

[GRI 2-13] [GRI 2-17] [GRI 2-18]

Los miembros del máximo órgano de gobierno participan en procesos de formación y actualización permanentes en temas clave: sostenibilidad, ética empresarial, gestión de riesgos, cumplimiento normativo y tendencias estratégicas del negocio. Estos espacios se desarrollan bajo el marco del Modelo Institucional de Gestión del Desempeño a través de programas internos de aprendizaje experiencial y la participación en eventos nacionales e internacionales.

## Formación y actualización



# Sostenibilidad en acción

[GRI 2-14] [GRI 2-26]

El 2025 fue el año en que la sostenibilidad dejó de ser una iniciativa aislada para convertirse en responsabilidad transversal de toda la empresa. Lanzamos nuestro primer informe de sostenibilidad y creamos la Dirección de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para coordinar la gestión de impactos económicos, ambientales y sociales e impulsar, articular y realizar seguimiento a iniciativas y compromisos de sostenibilidad.

## Decisiones en la gestión de impactos: estructura y coordinación desde el nuevo equipo de Sostenibilidad

En Sistecrédito coordinamos la gestión de impactos económicos, ambientales y sociales a través de la Dirección de Sostenibilidad, creada en 2025. Este proceso permitió identificar los asuntos materiales, priorizar temas y articular esfuerzos entre las diversas áreas de nuestra organización para incorporar la sostenibilidad en decisiones estratégicas, políticas y procesos, con indicadores de monitoreo definidos.

Además, promovimos espacios de sensibilización y formación para fortalecer una cultura organizacional basada en la responsabilidad y el valor compartido.

## En 2025 creamos la Dirección de Sostenibilidad para integrar los criterios ASG a su estrategia y gestión diaria.

Depende directamente de la Presidencia y su misión es asegurar la alineación de la Estrategia de Sostenibilidad con la Estrategia Corporativa para facilitar la toma de decisiones a nivel directivo.



**Líder de Sostenibilidad:** realiza el seguimiento al avance de asuntos materiales, coordina la Estrategia de Sostenibilidad y promueve la integración de los criterios ASG en la gestión organizacional.



**Responsable Ambiental:** lidera programas ambientales de la compañía, vela por el cumplimiento de la normativa ambiental aplicable e implementa prácticas orientadas a la eficiencia de recursos y reducción de impactos ambientales.



**Líder de Responsabilidad Social:** desarrolla y realiza el seguimiento a los programas sociales y las iniciativas que la empresa implementa con comunidades y otros grupos de interés.

## Sostenibilidad como responsabilidad transversal

Todas las áreas de nuestra organización contribuyen desde sus funciones a la gestión responsable de impactos y al cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad.

Esta gestión se apoya en políticas internas, programas corporativos, mecanismos de seguimiento y reportes periódicos que evalúan avances y fortalecen la toma de decisiones estratégicas.

Para garantizar que este compromiso sea riguroso, la Presidencia supervisa de manera integral la elaboración, revisión y aprobación de la información de sostenibilidad, asegurando su alineación con la Estrategia Corporativa y los compromisos ASG. La información que se reporta anualmente en el informe de sostenibilidad, se somete a revisión estratégica por parte del Comité Directivo, Auditoría Interna y Cumplimiento, quienes verifican la consistencia, la coherencia de indicadores y su adecuación a los estándares GRI. Previo a su publicación, la Presidencia aprueba formalmente para asegurar que el contenido refleje el desempeño organizacional.



Con lineamientos y políticas internas que definen el proceso de reporte, las responsabilidades de cada área y criterios de revisión, garantizamos la transparencia, trazabilidad y confiabilidad de la información.

# Gestión de conflictos de interés

[GRI 2-15]

## Transparencia e integridad en las decisiones

La confianza que nuestros grupos de interés depositan en Sistecrédito se construye sobre la base de decisiones imparciales y responsables. Por esto, **implementamos mecanismos rigurosos para identificar, prevenir y gestionar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno**, garantizando que cada decisión refleje transparencia e independencia.



### Código de Conducta Ética

Establece principios y lineamientos éticos para colaboradores y el máximo órgano de gobierno, describiendo explícitamente conflictos de interés y obligaciones de reporte.



### Obligaciones y procedimientos de reporte

Los miembros del máximo órgano deben informar de cualquier interés personal, relacional o financiero que influya en su independencia al participar en decisiones estratégicas.

Esta obligación se gestiona mediante tres mecanismos: declaración anual obligatoria, actualización inmediata cuando surge una nueva situación y manifestación previa en temas que requieran especial imparcialidad. La información reportada es revisada por el Comité de Ética.



### Comité de Ética

Con criterios objetivos e independientes, revisa conflictos reportados, evalúa cada caso y establece medidas para garantizar la transparencia en las decisiones del máximo órgano.



### Evaluación y monitoreo de riesgos de corrupción

Realizamos evaluaciones periódicas para identificar riesgos de corrupción (manipulación en contratación, tráfico de influencias, aceptación de sobornos), evaluando la efectividad de los controles, la probabilidad y el impacto.



### Capacitación y comunicación

Mediante la formación regular en ética y prevención de conflictos fortalecemos la capacidad de identificar riesgos. Las políticas se difunden a través de canales definidos para que los grupos de interés conozcan cómo se gestionan los conflictos.

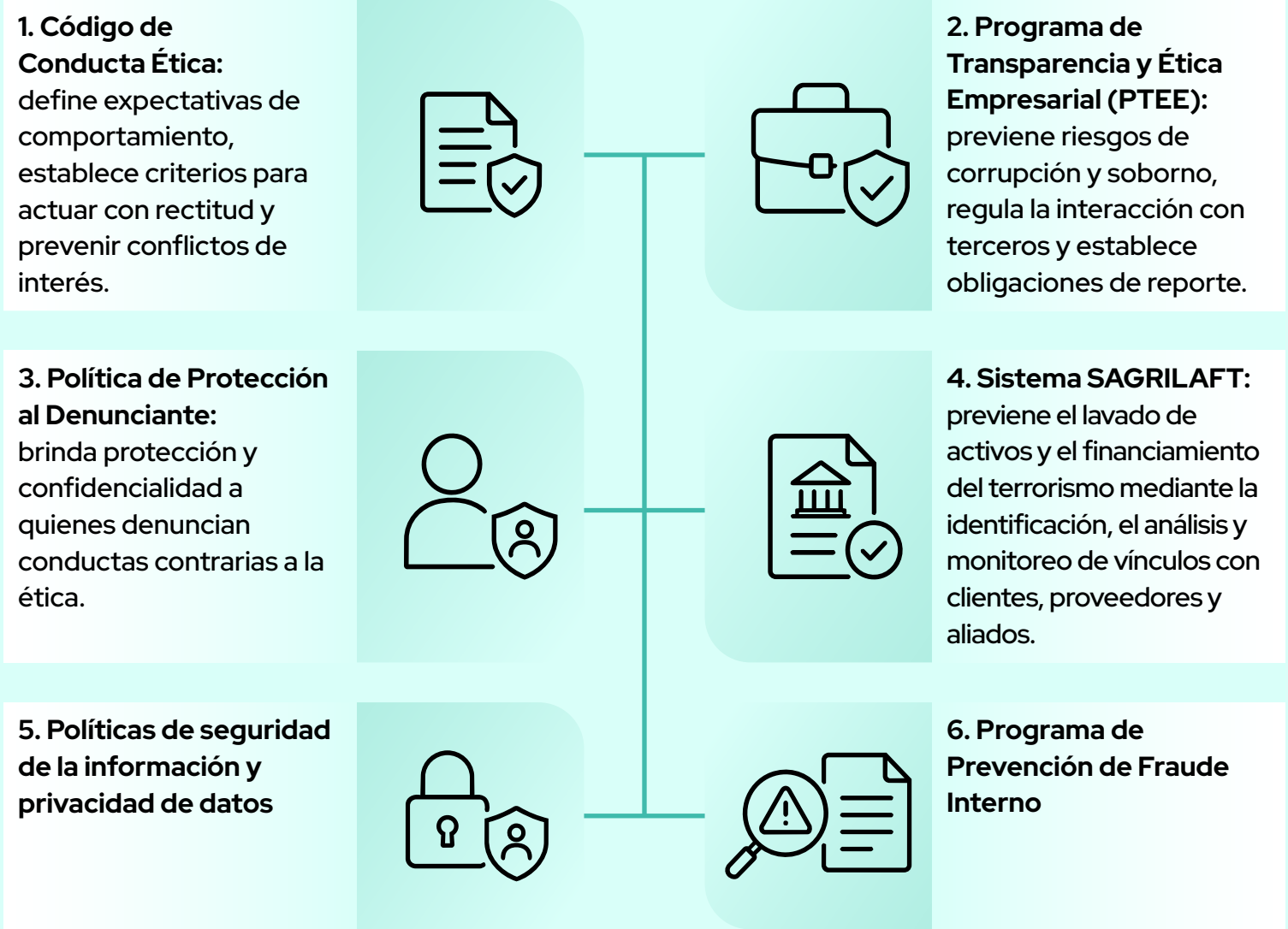
# Ética y transparencia: nuestro compromiso con la confianza

[GRI 2-23][GRI 2-24][GRI 2-25][GRI 2-27]



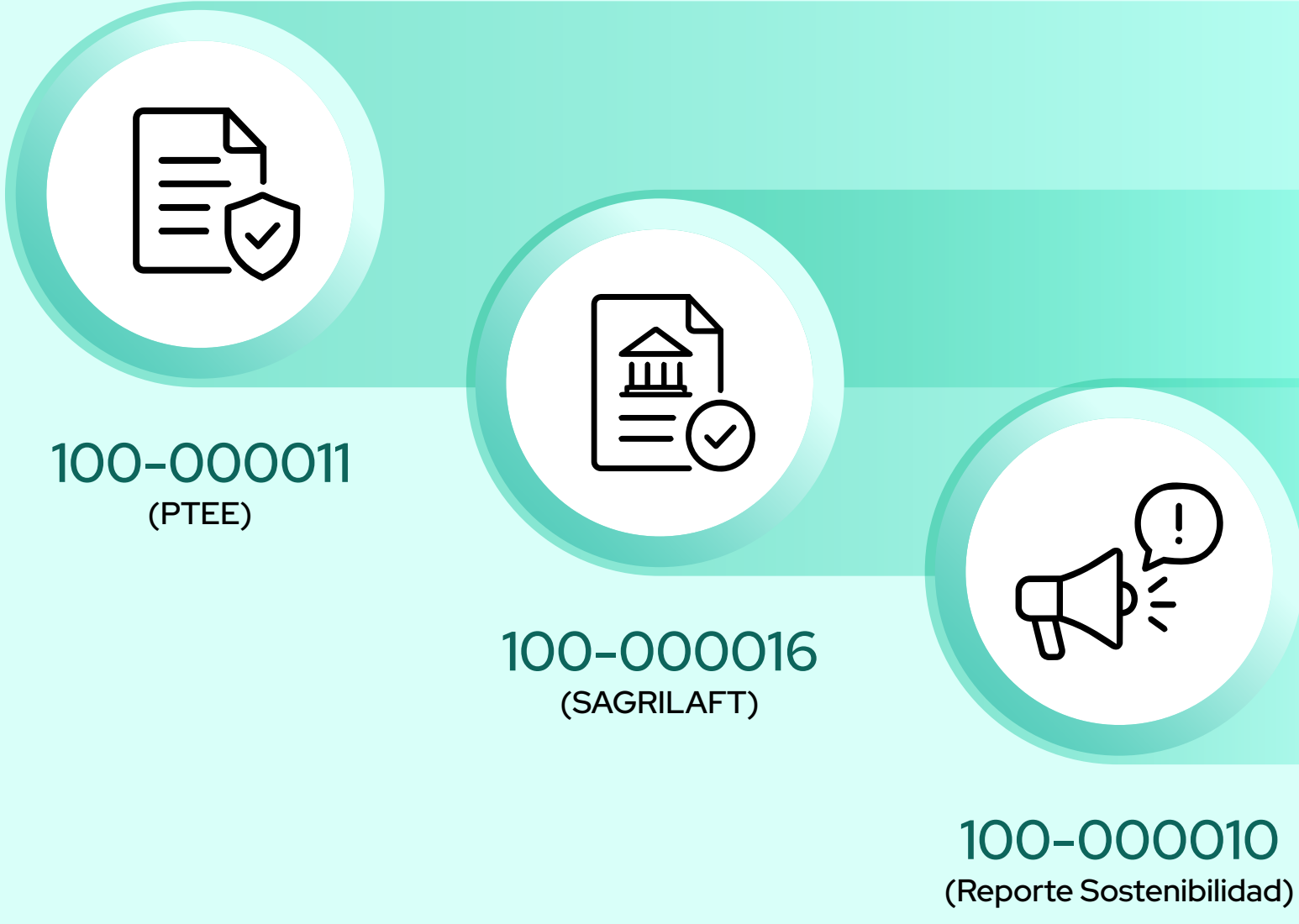
## Marco de integridad

Actuamos guiados por la ética, la transparencia, el cumplimiento normativo y la responsabilidad. Dicho compromiso se sostiene en:



## Supervisión y cumplimiento normativo

Cumplimos con los lineamientos establecidos en las Circulares Externas:



## Garantizar nuestra integridad: prevención, supervisión y corrección

Para fortalecer la gestión ética y mitigar riesgos, contamos con mecanismos preventivos y correctivos que garantizan la seguridad de la información y la gestión oportuna de irregularidades.



### Mecanismos preventivos y de acción

#### Política de privacidad y seguridad de la información

- Protege datos para asegurar su confidencialidad, integridad y disponibilidad.

#### Canales de denuncia

- Espacios internos y externos disponibles en la web para reportar conductas indebidas que afecten a la organización y/o a nuestros grupos de interés.

#### Gestión de PQRSF

- Atiende peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones de manera efectiva y transparente, con respuestas oportunas y de calidad.



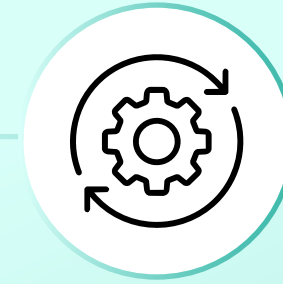
### Mecanismos de supervisión y monitoreo

#### Equipo de Cumplimiento

- Realiza evaluaciones periódicas, testeos de controles, identifica incumplimientos y actualiza las matrices de riesgo.
- Asegura el monitoreo continuo de los riesgos de corrupción, soborno, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

#### Auditoría interna y Revisoría Fiscal

- Verifican de manera independiente el estado de los controles, el cumplimiento de requisitos normativos y formulan recomendaciones de mejora.



### Procesos de corrección

- Frente a incumplimientos identificados, se establecen **planes de acción** socializados a órganos de gobierno corporativo para implementar mejoras y fortalecer la confianza.



### Implementación: formación y comunicación

Los lineamientos del Marco de Integridad se comunican a través de la intranet, manuales corporativos, sesiones informativas y comunicaciones internas dirigidas a todos los colaboradores y líderes.

Además, la **formación en transparencia y ética (anticorrupción)** es obligatoria para todo el personal y se desarrolla mediante cursos virtuales y actividades de sensibilización que refuerzan el conocimiento sobre riesgos, responsabilidades y conductas prohibidas. Cabe aclarar que los colaboradores cuentan con acceso permanente al Código de Conducta y al PTEE.



**Durante 2025** se consolidó la estrategia de capacitación mediante campañas de actualización, contenidos pedagógicos y espacios de formación continua, alcanzando **99% de cobertura del público objetivo.**

### Implementación: formación y comunicación

En 2025 iniciamos la estructuración de nuestro marco de políticas y compromisos ASG. A partir del análisis de asuntos materiales y de la definición de la Estrategia de Sostenibilidad, revisamos y consolidamos los lineamientos en gestión ambiental, relacionamiento con grupos de interés, inclusión, acción climática y sostenibilidad corporativa.

Este proceso asegura la coherencia entre nuestra estrategia de negocio, los impactos identificados y las expectativas de los grupos de interés. **Los lineamientos se documentan, socializan y actualizan periódicamente, fortaleciendo la integración de la sostenibilidad en la operación diaria.**

# Nuestras políticas y compromisos internos

En Sistecrédito operamos bajo un marco sólido de más de 50 políticas activas sobre ética y conducta, diversidad e inclusión, seguridad de la información, gestión de riesgos, cumplimiento normativo, economía circular, prácticas ambientales y uso responsable de la tecnología.

**Estos lineamientos establecen estándares claros de actuación y promueven una cultura basada en la integridad, la transparencia y el respeto.**

Además del Código de Conducta Ética, contamos con las siguientes políticas destacadas:

**Lineamientos de Diversidad e Inclusión:** promueven la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto por las diferencias.

**Políticas de Cumplimiento Normativo:** previenen riesgos legales y reputacionales y aseguran la observancia de la legislación aplicable.

**Políticas de Gestión de Riesgos:** permiten identificar, evaluar y monitorear riesgos estratégicos y los criterios ASG.

**Políticas Ambientales y Sociales:** guían la gestión responsable de recursos, la mitigación de impactos y el relacionamiento con nuestros grupos de interés.

**Políticas de Tecnología y Seguridad de la Información:** promueven la innovación responsable, la ciberseguridad, la protección de datos y el uso ético de la información.

**Compromisos de Economía Circular:** orientados a la eficiencia, al uso adecuado de recursos y a la reducción de impactos ambientales.

# Gestión integral de riesgos: decisiones responsables para un futuro sólido

## Sistema Integral de Administración de Riesgos (SIAR)

Para garantizar un crecimiento sostenible, el máximo órgano social aprueba la estrategia de gestión de riesgos fundamentada en el Sistema Integral de Administración de Riesgos (SIAR) e ISO 31000. Este sistema establece las políticas, metodologías, controles y mecanismos de seguimiento para identificar, medir, controlar y monitorear los riesgos que puedan afectar el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos.

**El SIAR fortalece la continuidad del negocio, apoya la toma de decisiones informadas y promueve una gestión alineada con la sostenibilidad organizacional, con un enfoque preventivo y de mejora continua.**

## Marco de estándares internacionales

Esta gestión se fundamenta en la ISO 31000 y en el marco COSO (**Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway**), integrados en metodologías internas de identificación, análisis, valoración y tratamiento de riesgos.

Este enfoque incorpora una debida diligencia en procesos, proyectos, contratos y relaciones comerciales, que permite anticipar riesgos operativos, financieros, legales, reputacionales y de seguridad de la información. Dichos controles se activan según los niveles de criticidad y el apetito de riesgo definidos, es decir, la capacidad que tenemos para aceptar riesgos dentro de sus límites estratégicos.

## Gobierno y supervisión del SIAR

El SIAR cuenta con una estructura de gobierno aprobada por la alta dirección y supervisada por el Comité de Riesgos, el máximo órgano social y la representación legal, quienes definen el apetito de riesgo, límites, prioridades y mecanismos de seguimiento.

Su alcance cubre todos los procesos y proyectos e incorpora criterios de gobernanza, cumplimiento y control interno.

## Identificación y remediación de impactos



El equipo de Sostenibilidad, en coordinación con el de Gestión de Riesgos y Auditoría Interna, realiza un seguimiento continuo para detectar impactos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza.

Contamos con mecanismos formales para identificar, gestionar y remediar posibles impactos negativos derivados de nuestras operaciones.



Se implementan planes de acción correctiva orientados a mitigar impactos y prevenir su recurrencia.

Según la naturaleza del impacto, se activan protocolos internos de respuesta que incluyen el análisis técnico, la revisión de causas y el seguimiento hasta su cierre.

Auditoría Interna verifica la implementación y eficacia de estos planes para asegurar una respuesta oportuna, documentada y adecuada.



Disponemos de canales institucionales para que los colaboradores y grupos de interés reporten situaciones que generan impactos negativos.

Estos canales tramitan inquietudes bajo criterios de confidencialidad, trazabilidad y atención oportuna.

## Principio preventivo y derechos humanos

Sistecrédito aplica un principio preventivo basado en la atención temprana a señales de alerta, con umbrales que permiten activar medidas de mitigación antes de que se materialicen impactos relevantes. Este enfoque fortalece el respeto por los derechos humanos desde la gestión de riesgos e integra compromisos de privacidad, protección de datos, trato digno, no discriminación y transparencia, especialmente en la relación con clientes, colaboradores, aliados y terceros.

# Canales de denuncia y comunicación

[GRI 2-16] [GRI 205-1] [GRI 205-2]

## Marco de transparencia y responsabilidad

En Sistecrédito promovemos una cultura de transparencia y responsabilidad mediante múltiples canales formales que permiten a colaboradores, proveedores, clientes, aliados y demás partes interesadas solicitar asesoría o reportar inquietudes relacionadas con la protección de datos, la ética, el cumplimiento normativo y la transparencia. **Estos espacios garantizan confidencialidad, no represalias y gestión efectiva de denuncias y sugerencias.**

A través de una estructura de gobierno sólida, políticas claras, mecanismos de supervisión rigurosos y canales de comunicación accesibles, materializamos nuestro compromiso con la ética, la transparencia y la responsabilidad.



## Canales operativos



### Protección de datos

A través del correo [habeasdata@sistecredito.com](mailto:habeasdata@sistecredito.com), los titulares pueden presentar solicitudes relacionadas con el tratamiento de sus datos personales.

### Gestión de PQRSF

Formulario web disponible en [www.sistecredito.com/teescuchamos/](http://www.sistecredito.com/teescuchamos/) para peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones.

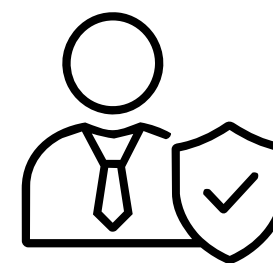
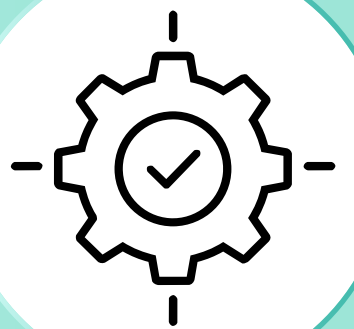
### Línea Ética

Canal institucional para la recepción de denuncias y consultas éticas, que permite reportes anónimos o identificados con garantía de confidencialidad.

## Mecanismos habilitados

Formulario y chat de denuncias disponibles en la página web corporativa.  
<https://www.sistecredito.com/linea-etica>

- Línea telefónica gratuita: 01 800 518 9757
- Correo electrónico: [denuncias@sistecredito.com](mailto:denuncias@sistecredito.com)
- Formulario web de denuncias para registro inmediato de reportes.

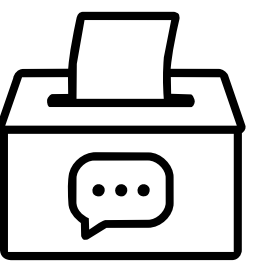


## Oficial de Cumplimiento

A través del correo [oficialcumplimiento@sistecredito.com](mailto:oficialcumplimiento@sistecredito.com), nuestros colaboradores pueden reportar denuncias e inquietudes de cumplimiento. El acceso está restringido al Oficial de Cumplimiento para garantizar la confidencialidad y protección.

## Buzones de sugerencias

Ubicados en distintas áreas de las instalaciones.





## 4. Talento Sistecrédito: crecimiento, diversidad y bienestar integral

# Talento como base del crecimiento organizacional

[GRI 2-7][GRI 2-8]

En Sistecrédito entendemos que el talento es la base de nuestro crecimiento. Por eso priorizamos su bienestar, garantizamos estabilidad laboral y creamos oportunidades de desarrollo.

Durante 2025 consolidamos un equipo de 1.221 colaboradores, lo que representa un crecimiento del 9,4% respecto a 2024

| Año  | Número de colaboradores |
|------|-------------------------|
| 2023 | 1.044                   |
| 2024 | 1.116 (+6,9%)           |
| 2025 | 1.221 (+9,4%)           |



Este aumento sostenido desde el año 2023 demuestra nuestra capacidad organizacional para generar empleo formal y escalar operaciones de manera consistente.

## Planta de personal y talento especializado

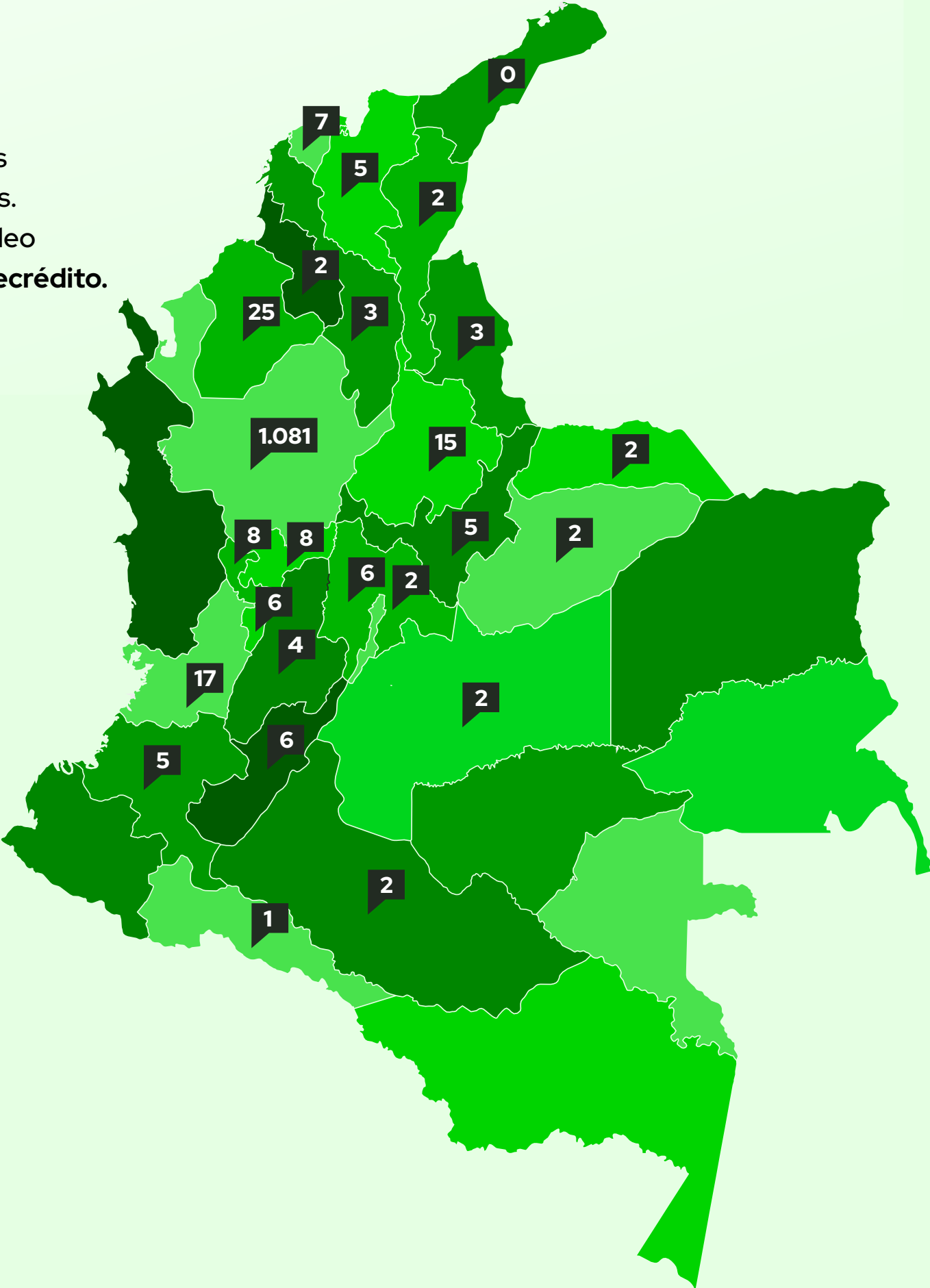
Para complementar nuestro equipo de trabajo interno, vinculamos talento especializado externo en áreas tecnológicas críticas mediante *staffing*. En 2025 esta modalidad incluyó:

- 
- 14 ingenieros de desarrollo de soluciones
  - 15 analistas QA 3 especialistas QA
  - 2 ingenieros de infraestructura: desarrollo y seguridad operativa

## Distribución territorial y presencia nacional

Tenemos operación directa en 25 departamentos y, aunque nuestra raíz está en Antioquia, departamento donde nacimos y donde está nuestra sede principal (Envigado), las diferentes modalidades de trabajo nos han permitido atraer colaboradores de diversas regiones del país. Esta descentralización refleja nuestro compromiso con la diversidad y la generación de empleo en todo el territorio, lo que demuestra que la distancia no es barrera para ser parte de Sistecrédito.

| Región             | Número de colaboradores (2025) |
|--------------------|--------------------------------|
| Antioquia          | 1.081                          |
| Arauca             | 2                              |
| Atlántico          | 7                              |
| Bogotá D. C.       | 6                              |
| Bolívar            | 3                              |
| Boyacá             | 5                              |
| Caldas             | 8                              |
| Caquetá            | 2                              |
| Casanare           | 2                              |
| Cauca              | 5                              |
| Cesar              | 2                              |
| Cundinamarca       | 2                              |
| Córdoba            | 25                             |
| Huila              | 6                              |
| La Guajira         | 0                              |
| Magdalena          | 5                              |
| Meta               | 2                              |
| Nariño             | 2                              |
| Norte de Santander | 3                              |
| Putumayo           | 1                              |
| Quindío            | 6                              |
| Risaralda          | 8                              |
| Santander          | 15                             |
| Sucre              | 2                              |
| Tolima             | 4                              |
| Valle del Cauca    | 17                             |
| Total              | 1.221                          |



## Nuestra fuerza laboral: diversa y equitativa

[GRI 405-1]

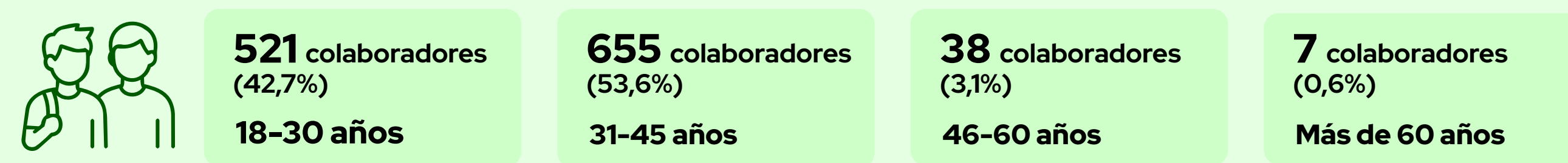
La composición de nuestro equipo de colaboradores refleja diversidad por género y edad.

### Por sexo:

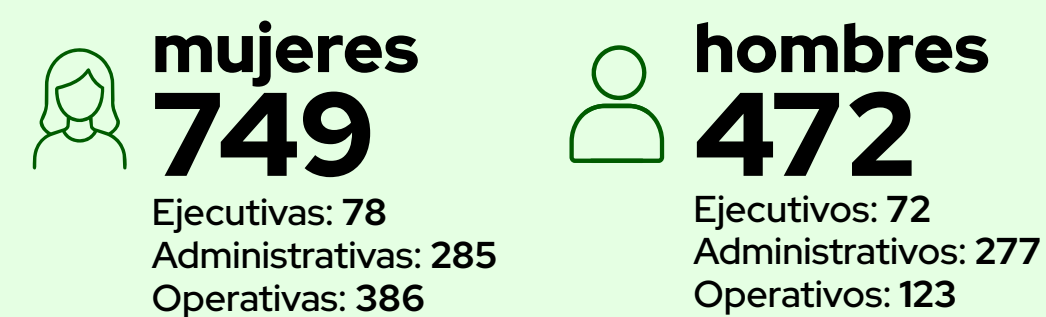


### Por edad:

El 96,3% de la planta tiene entre 18 y 45 años:



### Distribución por nivel de cargo:



## Diversidad étnica: inclusión como valor fundamental

Tenemos colaboradores que se identifican con diferentes grupos poblacionales:

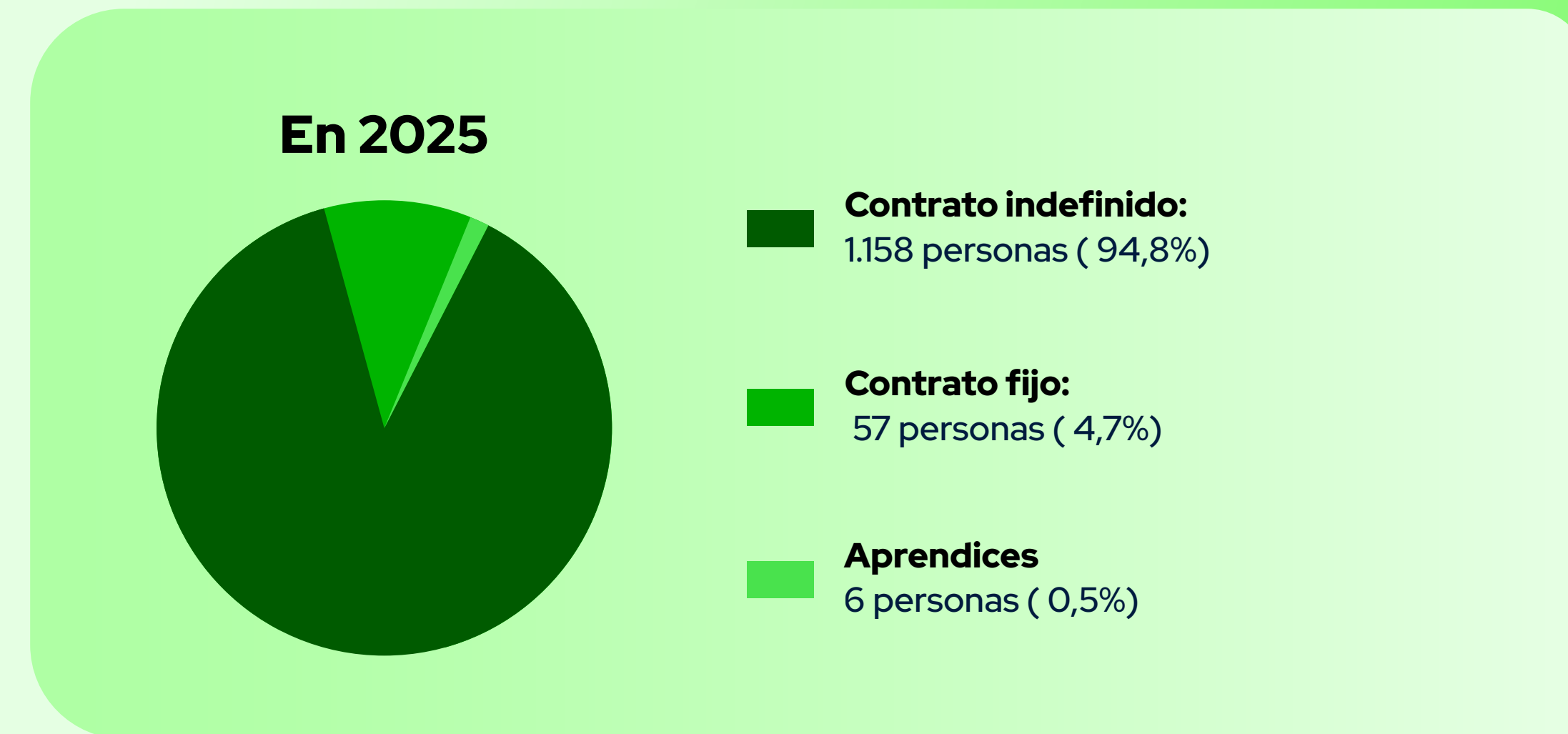
Afrocolombianos: 31  
Indígenas: 2  
Palenqueros: 1

Estos grupos poblacionales, junto con nuestro talento de las diferentes regiones del país, representan un aporte significativo a la riqueza cultural y de perspectivas dentro de la organización, lo cual evidencia nuestro foco en la inclusión como valor fundamental de la compañía.



## Calidad del empleo: consolidación de vínculos de largo plazo

Nuestra estructura contractual evidencia un progreso hacia una mayor estabilidad laboral.



La vinculación indefinida aumentó **16,8 puntos porcentuales respecto a 2023**, reflejo de nuestra transición hacia relaciones laborales a largo plazo.

De otro lado, la reducción de contrato fijo de 21,5% a 4,7% consolida un modelo de empleo más estable.

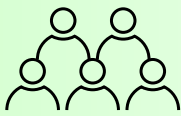
**94,8%** de los colaboradores cuenta con contrato a término indefinido.

# Generación2025 de empleo y talento joven

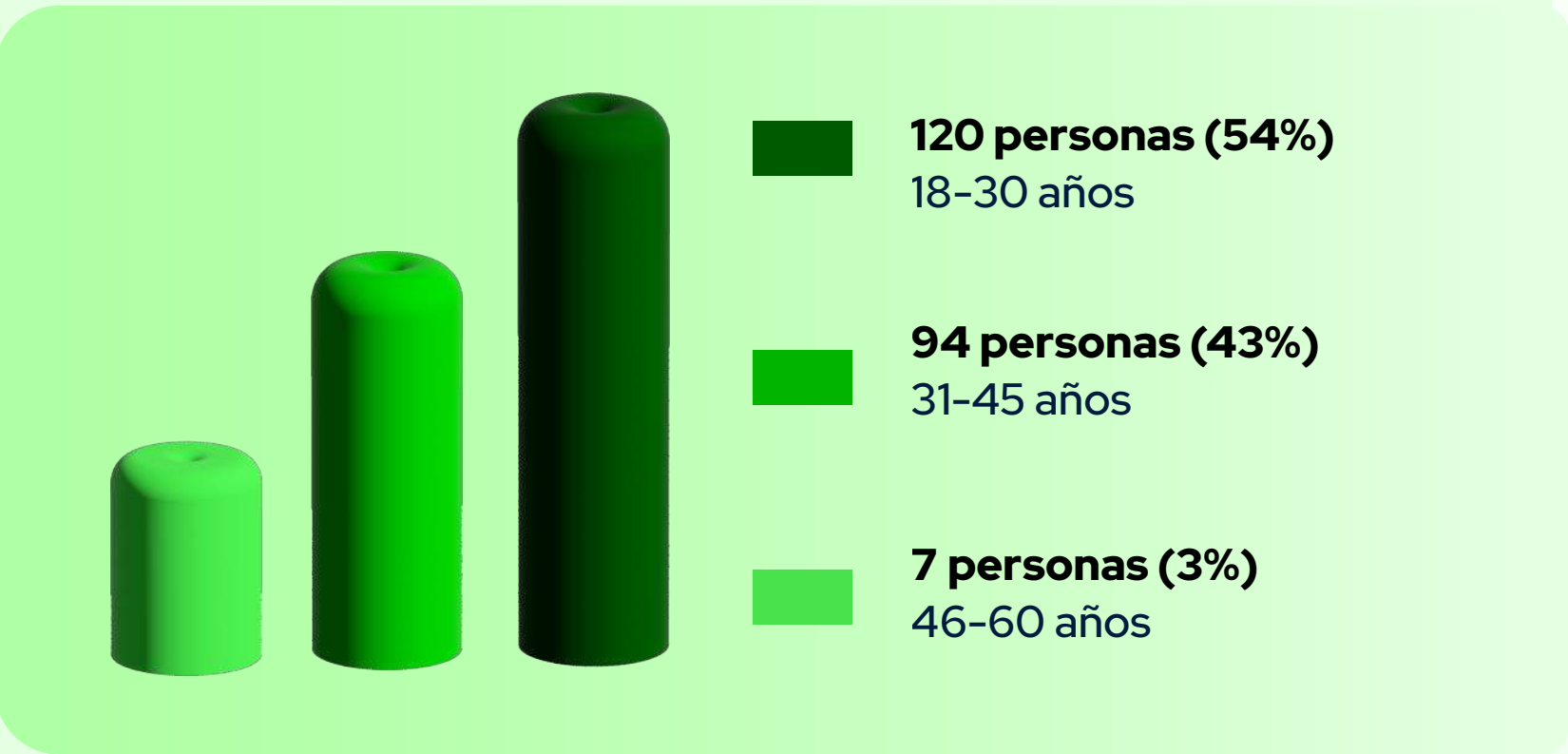
[GRI 401-1]

Crecemos de manera permanente y ese crecimiento requiere talento.

221 nuevas contrataciones en 2025.



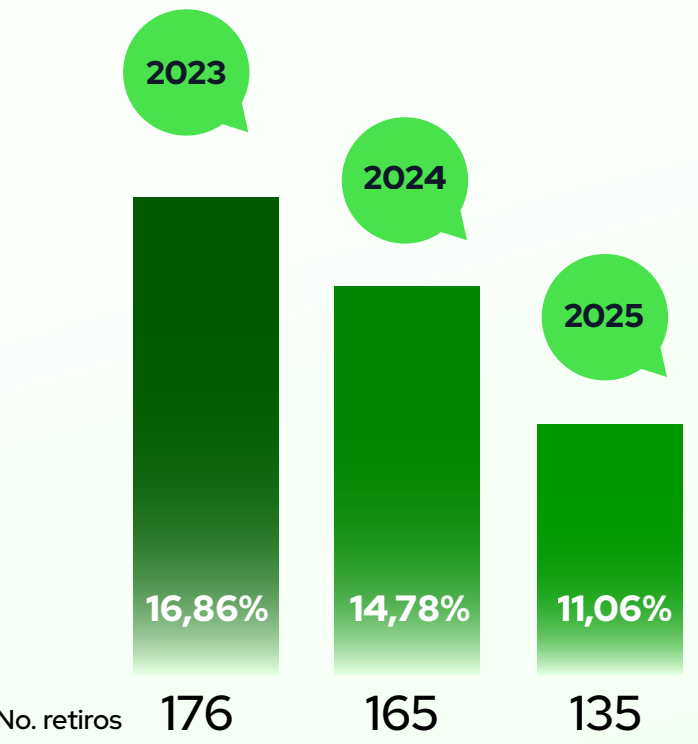
Distribución de nuevas contrataciones por rango de edad (2025)



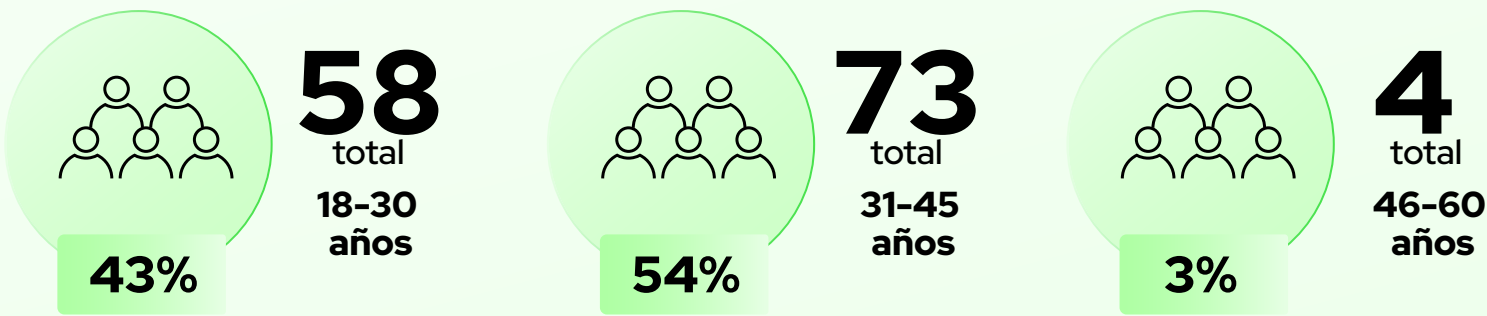
La consistencia de esta distribución desde 2022, con más de la mitad de los nuevos ingresos menores de 30 años, indica que somos un lugar de trabajo atractivo para las nuevas generaciones.

## Retención al alza

La rotación de personal ha disminuido de manera consistente en los últimos años.



Distribución por edad del talento retirado en 2025



Factores que han incidido en una menor rotación de personal

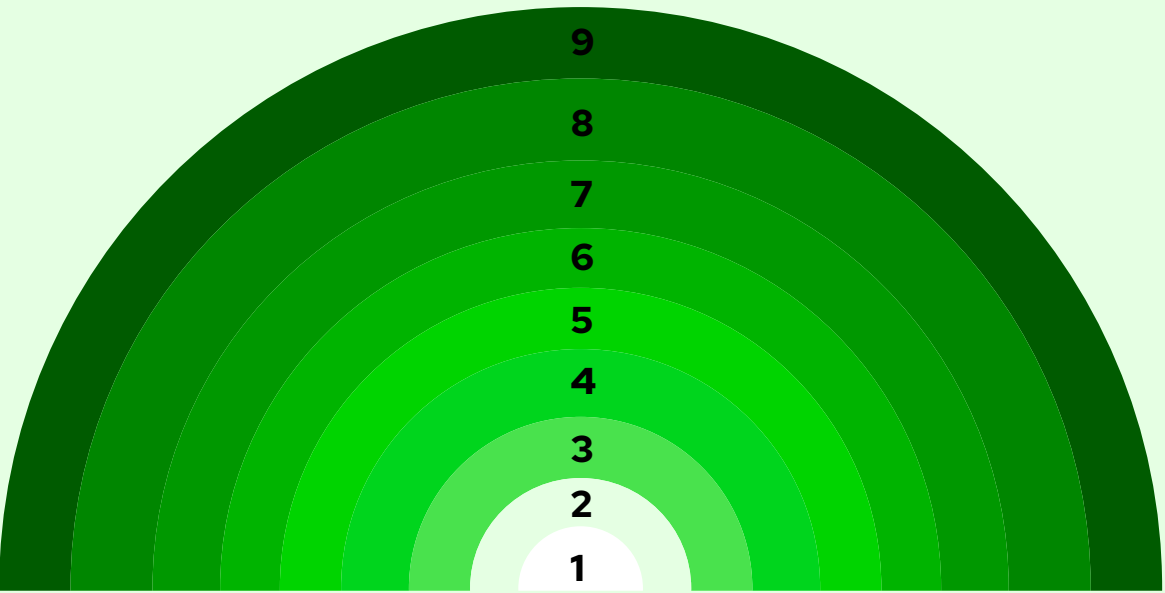
- Estrategias de fidelización** que reconocen el desempeño.
- Mejora constante** del clima organizacional.
- Propuesta de valor fortalecida** mediante compensación competitiva, beneficios integrales, flexibilidad laboral y desarrollo profesional.

La disminución de 41 retiros en dos años evidencia que más colaboradores encuentran en Sistecrédito razones para crecer profesionalmente. Cabe aclarar que la mayor proporción de retiros se concentra en el rango de edad entre los 18 y 45 años (97%), reflejando dinámicas naturales de carrera y movilidad laboral.

# Nuestra cultura: el pilar que nos sostiene

Nuestra cultura define cómo trabajamos, nos relacionamos y decidimos. Para nuestros colaboradores, se traduce en claridad en roles y responsabilidades, reconocimiento genuino de su desempeño y oportunidades concretas de crecimiento en su día a día.

En Sistecrédito construimos nuestra cultura sobre nueve pilares:



- Talento**  
Crecemos juntos, potenciamos el desarrollo.
- Principios**  
Actuamos con ética, transparencia y coherencia.
- Clientes**  
Escuchamos, servimos y superamos sus expectativas.
- Relaciones**  
Fomentamos la confianza y el trabajo en equipo entre áreas.
- Comunicación**  
Garantizamos información clara para un diálogo abierto.
- Sostenibilidad**  
Nos comprometemos hoy para generar un impacto positivo en el futuro.
- Innovación**  
Aprendemos del error, promovemos la creatividad y apostamos por la transformación digital.
- Logro**  
Buscamos la excelencia y la mejora continua.
- Liderazgo**  
Inspiramos con el ejemplo y promovemos un ambiente laboral sano.



## Liderazgo que inspira

Nuestro modelo de liderazgo refuerza la cultura organizacional a través de cinco dimensiones:

### Liderazgo personal

Autoconocimiento y equilibrio.

### Influir

Conectar con la estrategia.

### Movilizar

Comunicar con empatía.

### Impactar

Medir y mejorar.

### Inspirar

Elevar el potencial del equipo.



## En Sistecrédito liderar es guiar, conectar y potenciar el talento.



# La voz del colaborador sí nos importa

[GRI 2-30]

En Sistecrédito no contamos con colaboradores cubiertos por convenios colectivos ni organizaciones sindicales. Sin embargo, **mantenemos una estructura institucional que garantiza el respeto por los derechos laborales, la libertad de expresión y el diálogo permanente**, en concordancia con la normativa colombiana y los principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Tenemos un Reglamento Interno de Trabajo que establece claramente los derechos, deberes y condiciones laborales para colaboradores y empleador, asegurando relaciones laborales transparentes y justas.

**Complementamos este marco con procesos formales que promueven el diálogo y la resolución adecuada de situaciones laborales:** mecanismos de retroalimentación permanente, procesos de descargos que garantizan el derecho a la defensa, y planes de mejora orientados al desarrollo y acompañamiento de colaboradores.

## Nuestros canales para escuchar al colaborador

[GRI 2-30]

Contamos con cinco canales y comités de escucha permanentes que garantizan que nuestros colaboradores puedan expresar sus inquietudes y sugerencias, contribuyendo así al mejoramiento continuo de la cultura organizacional.



## Canales y propósitos



# Creceer juntos: beneficios que acompañan la vida de nuestros colaboradores

[GRI 2-19] [GRI 2-20] [GRI 2-21]

Compensamos el buen desempeño de nuestros colaboradores. Para ello, la remuneración se vincula a criterios claros que reflejan resultados, adaptación a la cultura, liderazgo y contribución a los objetivos.

|                                                                                     |                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|    | Incremento salarial anual y bonificación extralegal |
|    | Rangos salariales por rol                           |
|   | Bonificación por apoyo                              |
|  | Bonificación fin de año                             |
|  | Devolución de fondo de solidaridad                  |
|  | Evaluación de desempeño                             |
|  | Comisiones comerciales                              |

## Compensación para la alta dirección y el máximo órgano de gobierno

[GRI 2-19] [GRI 2-21]

Para quienes nos lideran, la compensación está directamente vinculada al desempeño organizacional:



Resultados financieros alcanzados.



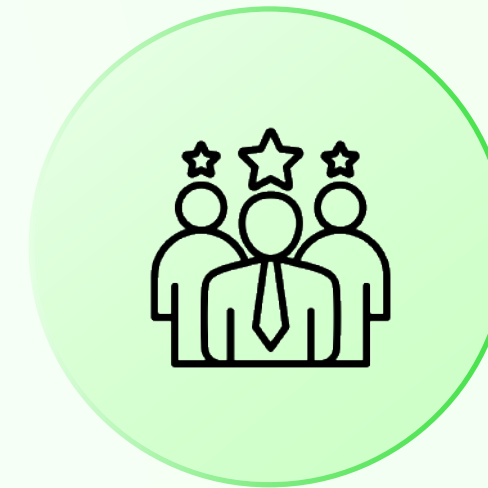
Cumplimiento de objetivos estratégicos.



Evaluación anual de desempeño.



Contribución a la cultura organizacional.



Liderazgo responsable demostrado.



# Bienestar integral: la vida y el bienestar del colaborador en el centro

[GRI 401-2]

En nuestra organización el bienestar va más allá del salario. Estructuramos un portafolio integral de beneficios en educación, salud, ocio y protección para nuestros colaboradores y sus familias.

## Acceso financiero para más tranquilidad

- Libranzas con tasas bajas vía Comfama y Bancolombia con asesorías personalizadas, soporte vía WhatsApp y presencia mensual en nuestras instalaciones.
  - Préstamos sin intereses con deducción de nómina.
- Anticipo de cesantías para estudio, vivienda o impuestos.



## Protección y seguridad

- Póliza de vida desde el primer día sin costo (incapacidad, hospitalización, bono de maternidad).
- Funeraria Los Olivos con asistencias médica, odontológica y legal (extensible a mascotas).
- Fondo de Solidaridad: asumimos las deducciones para ingresos superiores a 4 SMLV.
- Planes Claro con tarifas preferenciales y deducción automática por nómina.

## Educación que abre puertas

- Auxilio de estudio del 40% para diplomados, pregrados, postgrados y especializaciones (desembolso directo y disponibilidad por semestre).
- Préstamos educativos vinculados al desempeño y formación afín al negocio.
- Acceso prioritario a cursos Comfama con pago flexible y cobertura familiar.
- Biblioteca itinerante FOR+ para promover la lectura, el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades.



## Convenios y descuentos

- Óptica - Majestic Optical: 15% de descuento en monturas, 20% en lentes, consultas gratis, financiación de 6 a 12 cuotas.
- Odontología - Odontoexpertos: de 10 a 15% descuento sin intereses en todas las especialidades.
- Mary Kay: cuidado de la piel y maquillaje con deducción de 3 a 6 cuotas.
- Smartfit: membresía trimestral sin inscripción, de 1 a 3 cuotas mensuales.



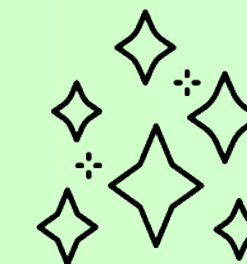
## Salud y bienestar: cuerpo y mente

- Póliza de Salud SURA con cobertura nacional completa (exámenes a domicilio, app para citas y reembolsos). La organización asume el costo total.
- Acompañamiento psicológico quincenal (primera asesoría por cuenta de la empresa).
  - Yoga: ocho sesiones en el año y en horario laboral para reducir el estrés y mejorar la salud mental.



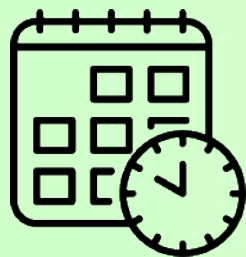
## Licencias y días especiales

- Matrimonio: 5 días.
- Cumpleaños: un día libre 15 días antes o después.
- Grados: un día libre.,
- Fallecimiento de mascota: un día.
- Día de la Familia: uno por semestre.



## Flexibilidad laboral

- Trabajo remoto, teletrabajo autónomo, suplementario, licencia en casa o presencial, según prefiera el colaborador.



## Iniciativas de responsabilidad social

- Padrinos Sistecrédito: convocatorias anuales donde equipos de máximo 4 personas, acompañan ahijados en fechas especiales.
  - Reconocimiento de vocaciones profesionales.
  - Siembra de árboles y actividades ambientales.
- Convocatorias internas para impulsar el crecimiento profesional.

## Programas de desarrollo y comunidad

- FOR+: capacitación presencial, virtual y apoyos económicos.
  - Siste Torneos: eventos para la cohesión de equipos.
  - Feria de emprendimientos con apoyo y *networking*.
  - Actividades de ocio: PlayStation 5 y tenis de mesa.
- Maratón de Medellín y Corre Mi Tierra: patrocinio con inscripción y acompañamiento.
  - Bono mensual de COP \$15.000 para *snacks*.



es el programa de formación y desarrollo de Sistecrédito, creado para fortalecer las capacidades de nuestros colaboradores mediante contenidos y herramientas que impulsan el aprendizaje, optimizan la gestión y generan oportunidades de crecimiento personal y profesional. A través de este programa, identificamos necesidades, promovemos el conocimiento y facilitamos el acceso a experiencias de desarrollo alineadas con nuestros objetivos estratégicos.

Maternidad y paternidad: licencias que acompañan [GRI 401-3]

La maternidad y paternidad no son interrupciones en la carrera. Son los momentos más importantes de la vida. En Sistecrédito así lo entendemos, por eso, acompañamos con licencias que permiten vivir plenamente esta etapa.

Licencias de maternidad

2025 → 26  
2024 → 12  
2023 → 11

Licencias de paternidad

2025 → 10  
2024 → 4  
2023 → 8

Retención poslicencia (12 meses)

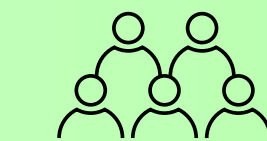
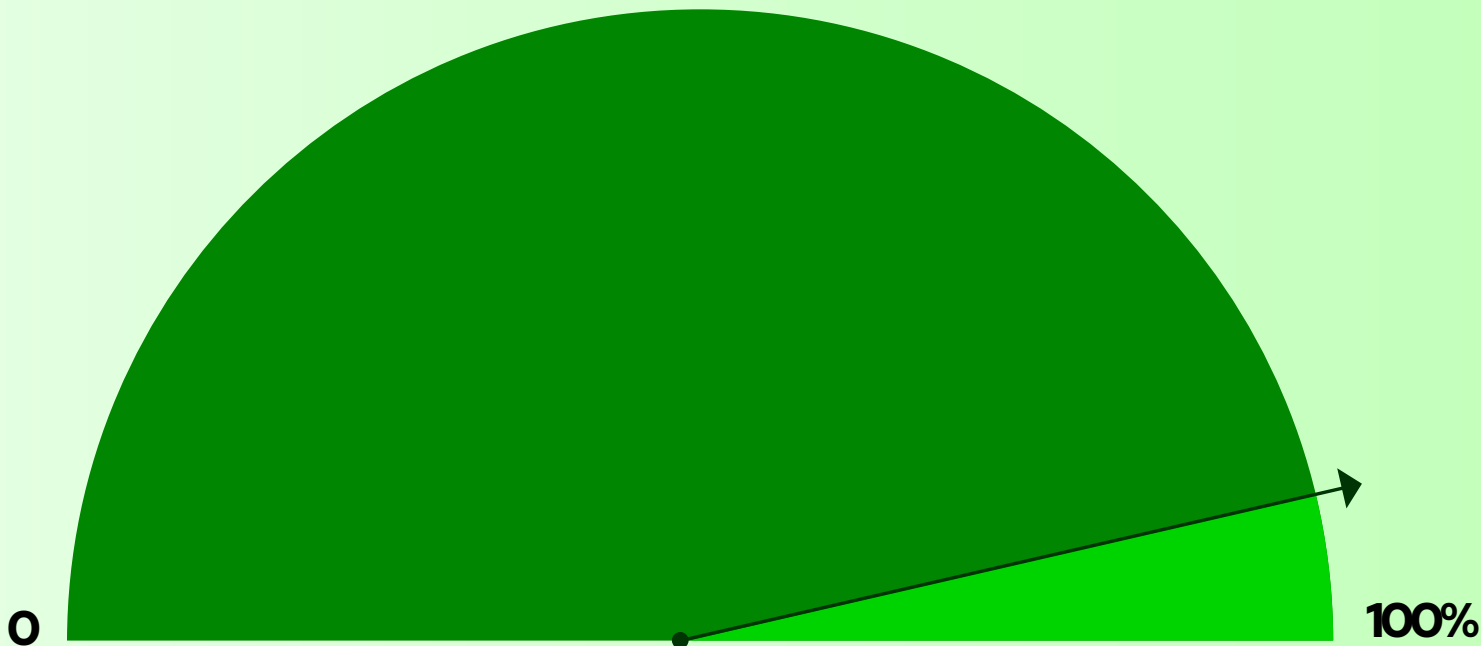
2025 → 86%  
2024 → 88%  
2023 → 63%

La fidelización del personal 12 meses después de licencia parental ha crecido de 63% en 2023 a 86% en 2025.

Formación y desarrollo del talento

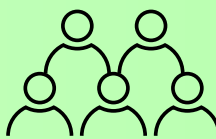
[GRI 404-1][GRI 404-2][GRI 404-3]

En Sistecrédito, la formación no es un beneficio. Es parte de la estrategia.



97%

de nuestra planta de colaboradores accedió a procesos de formación.



1.185

colaboradores participaron en acciones formativas diseñadas para mejorar la productividad y el desempeño individual y colectivo.

Cobertura de formación en 2025

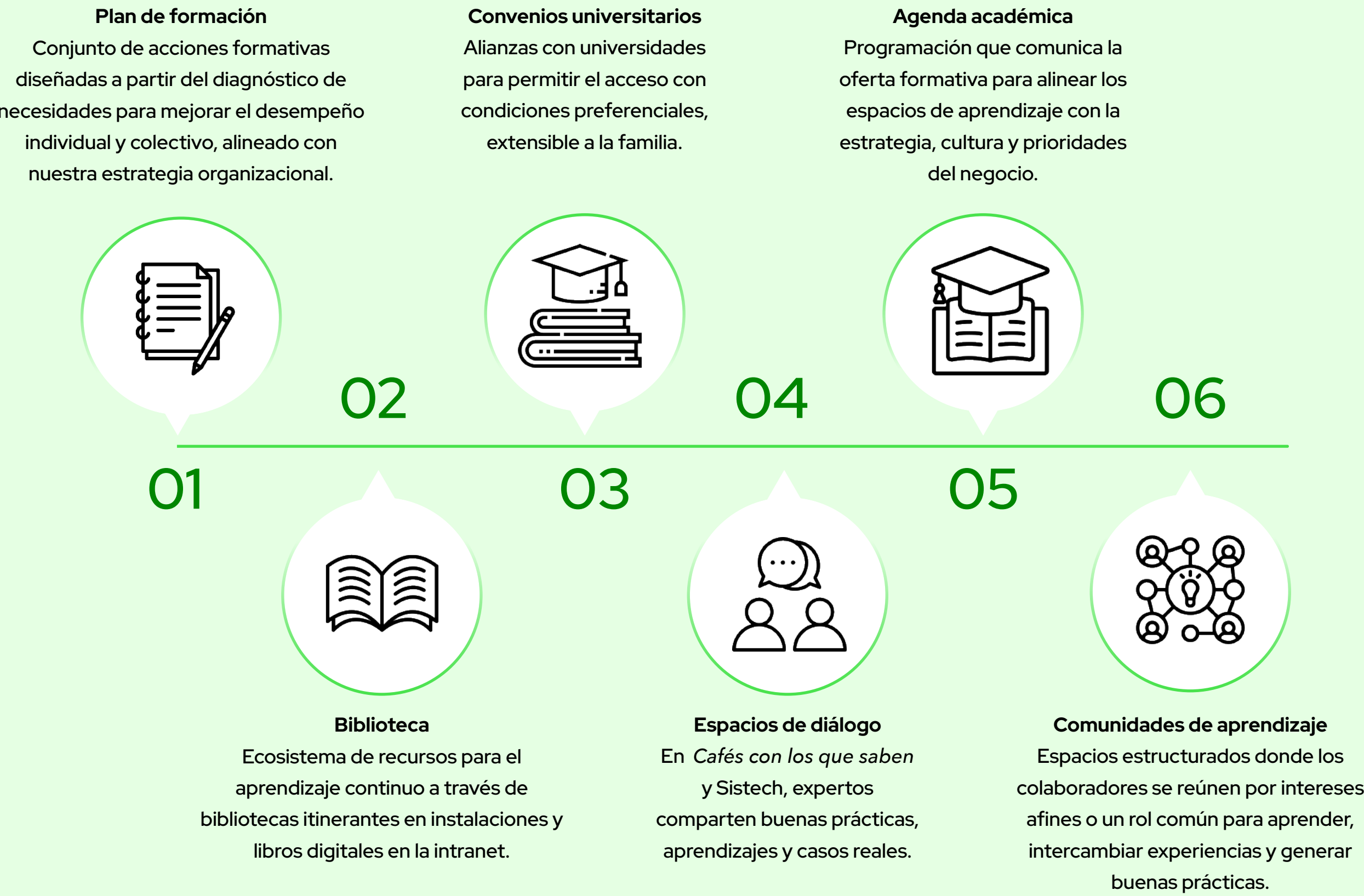


| Sexo    | Participantes | Total planta | Cobertura |
|---------|---------------|--------------|-----------|
| Mujeres | 727           | 749          | 97,1%     |
| Hombres | 458           | 472          | 97,0%     |
| Total   | 1.185         | 1.221        | 97,0%     |

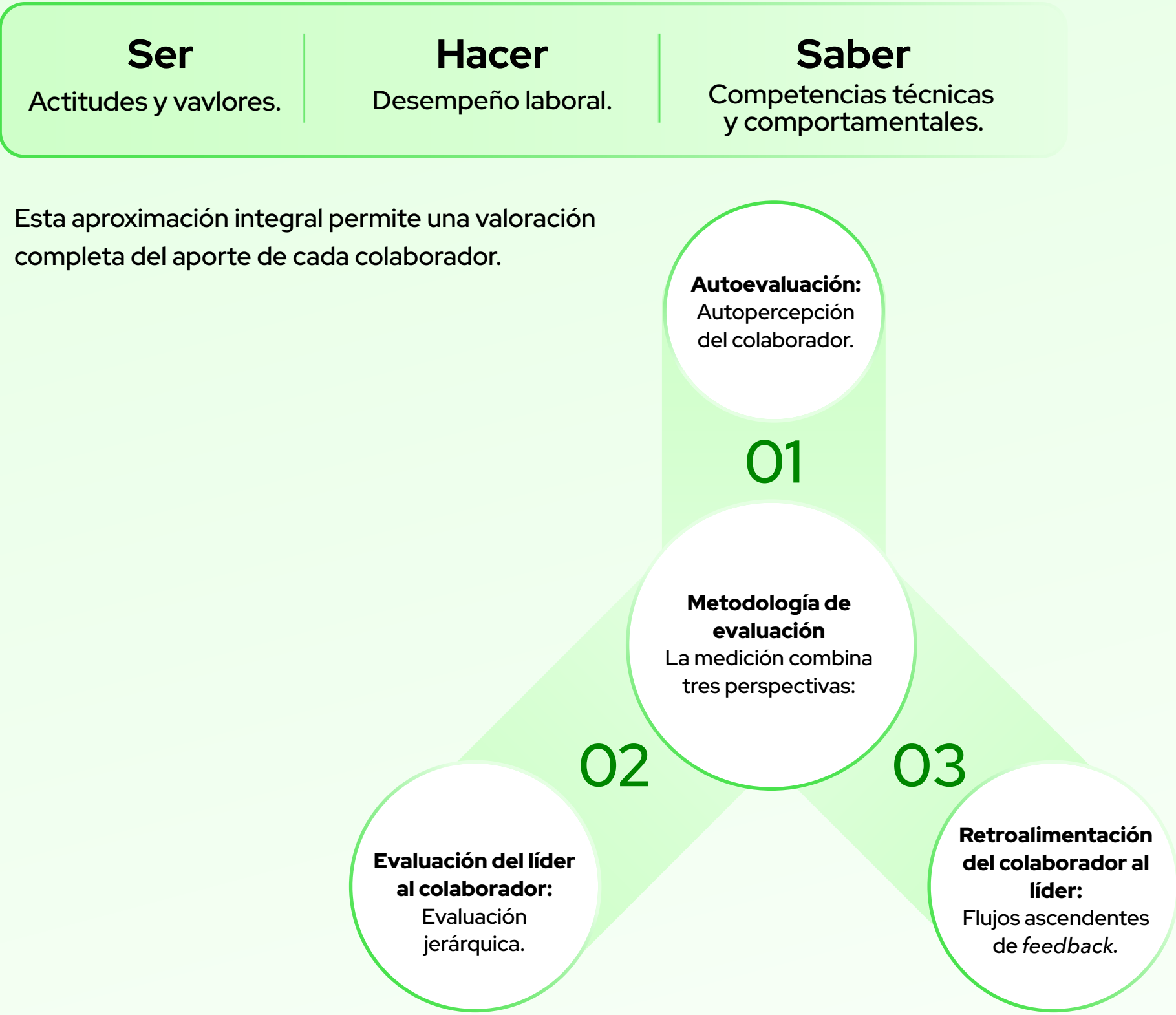
Sin importar el sexo, el nivel jerárquico o la ubicación geográfica, nuestros colaboradores acceden a oportunidades de aprendizaje

Programas de formación: múltiples caminos de aprendizaje

Estructuramos los procesos de formación mediante modalidades complementarias que responden a diferentes necesidades de desarrollo:



Gestión del desempeño: medición integral en tres dimensiones



Radar de competencias: medición técnica especializada

Aplicamos el Radar de Competencias a 232 colaboradores en roles de producto y tecnología al cierre del segundo semestre. Esto con el objetivo de diagnosticar de forma objetiva el nivel de competencias técnicas y comportamentales para identificar fortalezas y brechas críticas.

- La medición alimentó directamente la Ruta de Crecimiento y Desarrollo para:
- **Orientar** la construcción de planes de desarrollo individualizados.
- **Priorizar** iniciativas de formación (presencial y por la plataforma FOR+), mentorías y acompañamiento.
- **Diseñar** asignaciones de alto aprendizaje y mecanismos de movilidad interna.
- **Apoyar** planes de sucesión e identificar talento de alto potencial.
- **Alinear** capacidades del equipo con necesidades estratégicas del negocio.

Cobertura y exclusiones

969

colaboladores, de 1.221 en total, evaluados mediante gestión del desempeño tradicional.

El resto de colaboradores, 232, no se evaluaron porque ya habían sido medidos con el Radar de Competencias (aplicado al cierre del segundo semestre para roles de producto y tecnología), evitando la duplicidad de instrumentos.

Planes de acción derivados de las evaluaciones

A partir de los resultados de las mediciones (gestión del desempeño y Radar), diseñamos y activamos cuatro tipos de planes de acción con responsabilidad clara de Talento Humano.



# Seguridad y salud: sistema integral para proteger a nuestros colaboradores

[GRI 403-1] [GRI 403-3] [GRI 403-5] [GRI 403-8]

Implementamos nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) con un enfoque preventivo, basado en riesgos y orientado a la mejora continua, de acuerdo con las directrices del Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019.

Nuestro SG-SST tiene una **cobertura del 100%** sobre los procesos, centros de trabajo y actividades. **Protege a 1.221 colaboradores directos y a contratistas** que ejecutan labores en instalaciones o en representación de la empresa, sin importar la modalidad de vinculación.

Estructura del sistema: componentes integrados

El SG-SST integra ocho componentes fundamentales que trabajan de manera articulada.



Nuestro SG-SST opera bajo el ciclo PHVA (Planear-Hacer-Verificar-Actuar) con mecanismos de participación activa, comunicación bidireccional, auditorías internas anuales a través de proveedores especializados y la revisión por parte de la alta dirección.

Cobertura médica: prevención y atención integral

01

**Exámenes médicos ocupacionales**

Realizamos exámenes de ingreso, periódicos, posincapacidad, retornos laborales, medicina laboral y egreso a través de Colmédicos, según los perfiles de riesgo establecidos en el profesigramas institucional.



02

**Póliza de salud corporativa**

Todos los colaboradores acceden a póliza de salud con atención directa de Suramericana, cuyo costo es asumido en su totalidad por la organización.



03

**Salud mental y riesgo psicosocial**

Mediante un convenio con Comfama brindamos atención en salud mental. Un proveedor especializado en riesgo psicosocial realiza acompañamientos individuales e intervenciones específicas. El área interna de Bienestar, liderada por Gestión del Talento Humano, trabaja de manera articulada con SST en la implementación del programa de promoción y prevención orientado a estilos de vida saludables, gestión del autocuidado y fortalecimiento de salud mental.



04

**Campañas de prevención**

Anualmente, en febrero, desarrollamos una campaña de prevención del cáncer de seno con apoyo de una IPS externa, con foco en la sensibilización, educación y su detección temprana.



05

**Acompañamiento especializado de ARL SURA**, la entidad nos apoya en la gestión del riesgo laboral y el fortalecimiento de estrategias de prevención en todos los niveles.



Formación en SST: 14 programas de capacitación

Desarrollamos un programa estructurado de formación en SST dirigido a todos los colaboradores y diseñado con base en la matriz de peligros, el profesigramas y las necesidades operativas de cada proceso.

Durante 2025 impartimos 14 formaciones con coberturas variadas según el riesgo y el rol de cada colaborador:

Formaciones con cobertura universal

100%

| Tema                                       |
|--------------------------------------------|
| Inducción en SG-SST.                       |
| Técnicas básicas de conducción preventiva. |
| Programa Velocidad Segur                   |

Formaciones de alta cobertura

80%

| Tema                                                             | Cobertura |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| Programa para la Promoción y Prevención de DME                   | 90%       |
| Programa Actores Viales Vulnerables.                             | 89%       |
| Estrategias de afrontamiento del estrés y técnicas de relajación | 84%       |
| Reinducción en SST                                               | 85%       |
| Inspecciones preoperacionales                                    | 82%       |
| Hablemos sobre la gestión del riesgo en movilidad                | 82%       |
| Taller del bolso e higiene postural                              | 80%       |
| Relaciones familiares                                            | 80%       |
| Programa de Prevención de la Distracción en la Vía               | 80%       |

Formaciones en desaroollo

70-79%

| Tema                                        | Cobertura |
|---------------------------------------------|-----------|
| Optimización del espacio de trabajo en casa | 74%       |
| Gestión de emociones                        | 71%       |

## Propósito del sistema: prevención integral

**Nuestro SG-SST persigue un propósito claro:** anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos **que pueden afectar la integridad física, mental y social de nuestros colaboradores y demás partes interesadas.**

La gestión de formación en nuestro SST contribuye a fortalecer la cultura preventiva y mejorar las prácticas seguras, además permite que los colaboradores cuenten con las competencias necesarias para desarrollar sus funciones de manera segura y saludable.

La combinación de un sistema robusto, cobertura integral, formación constante y acompañamiento especializado crea un entorno laboral donde la seguridad y la salud son una realidad cotidiana.





## **5. Relacionamiento con el entorno**

Para Sistecrédito la sostenibilidad nace de la confianza. Por eso, nos enfocamos en construir relaciones de largo plazo con nuestros clientes, marcas aliadas, proveedores y las comunidades donde operamos.

### Nuestro ecosistema de impacto

#### Clientes y aliados

Son el centro de nuestra estrategia.

#### Proveedores

Gestión bajo criterios de responsabilidad.

#### Comunidad

Desarrollo y presencia en las regiones.

#### Seguridad

Pilar que protege la confianza de todos.

## Conocer a nuestros clientes para crecer juntos

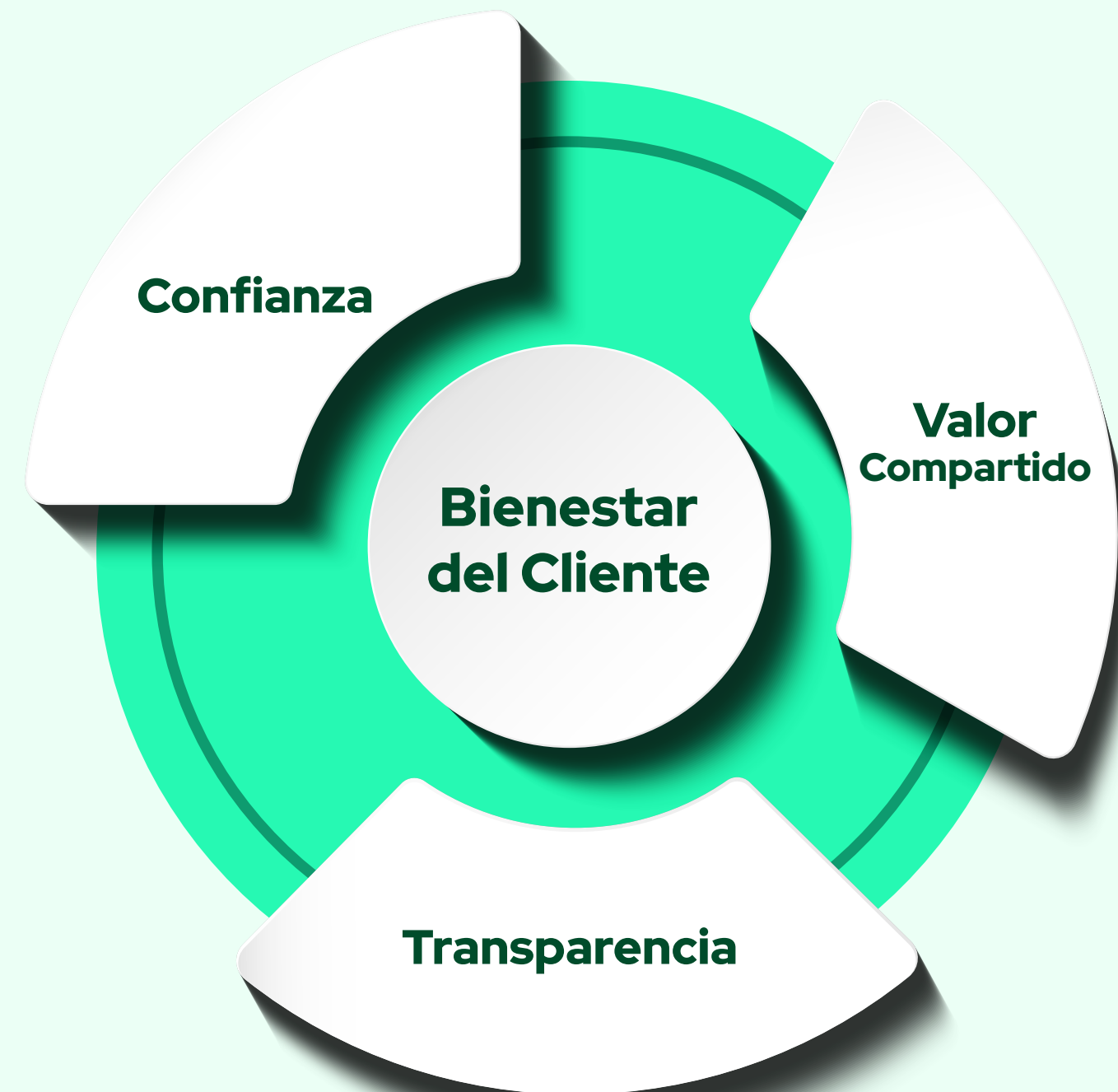
[GRI 3-3]

El bienestar de nuestros clientes es esencial para la sostenibilidad organizacional. Garantizarles experiencias satisfactorias, ágiles y confiables, nos ayuda a construir con ellos relaciones de largo plazo, fortalecer la confianza y el valor compartido.

## La experiencia del cliente es el corazón de nuestra sostenibilidad.

### La metodología: de la escucha a la acción

Concebimos el bienestar del cliente como el equilibrio entre eficiencia, cercanía y decisiones basadas en datos. Para fortalecer este enfoque, integramos metodologías cualitativas y cuantitativas que nos permiten escuchar continuamente a clientes y aliados. Con base en estas fuentes de información y luego de identificar puntos de fricción y oportunidades de mejora en las distintas etapas de interacción con el cliente, diseñamos y ajustamos los recorridos de clientes finales y de marcas aliadas. Este enfoque consolida un ciclo continuo de escucha, mejora e innovación.



### ¿Cómo transformamos los resultados de esta metodología (*insights*) en mejores experiencias?

La gestión estratégica de *insights* prioriza iniciativas con impacto en la experiencia y en los resultados del negocio. Además, hace que la experiencia del cliente trascienda la optimización de procesos y se consolida como un vehículo para la creación de valor sostenible, al integrar criterios de responsabilidad social, compromiso con la sociedad y cuidado del entorno.

### Nuevos clientes para crecer de forma sostenible

En 2025 fortalecimos nuestra capacidad para aumentar el valor económico de la experiencia, al maximizar la conversión, la activación y la recompra, con un foco especial en los solicitantes nuevos como principal palanca de crecimiento. Este énfasis evidencia que traer nuevos clientes al ecosistema Sistecrédito y asegurarles que tengan una experiencia excelente desde el primer contacto, es clave para un crecimiento sostenible.

### IA para comprender a los clientes y las tendencias

Durante 2025 la Dirección de Conocimiento y Experiencia del Cliente fortaleció su enfoque analítico y estratégico para entender mejor a los clientes finales y las marcas aliadas con mayor impacto en los ingresos. Este análisis integral incluyó:

- Monitoreo permanente del mercado.
- Análisis de tendencias de consumo.
- Comportamiento de la competencia.
- Condiciones macroeconómicas.
- Evolución tecnológica.

De este análisis emergieron tres tendencias clave que están redefiniendo nuestra manera de pensar y actuar en torno a la experiencia del cliente:



Sistema integral de escucha: la voz del cliente como prioridad

En 2025 la estrategia Voz del Cliente evolucionó hacia un sistema integral que convierte el conocimiento en decisiones. Esto incluyó:

- Mediciones relacionales y transaccionales.
- Gestión de PQRSF.
- Monitoreo constante de canales de atención.
- Sistema de alertas tempranas.

Este enfoque transformó los procesos de medición, análisis y entrega de resultados, lo que nos permitió pasar de la medición a la acción. Las alertas tempranas facilitaron la identificación oportuna de riesgos y oportunidades y orientaron intervenciones estratégicas en tiempo real.

Escuchar al cliente es el primer paso, actuar para satisfacerlo es nuestro compromiso.

Resultados 2025 de la gestión de bienestar del cliente y experiencia

Indicadores de experiencia

Clientes finales:

Índice de satisfacción (INS)

Qué tan satisfechos están nuestros clientes con la experiencia  
85%

Nivel de recomendación (NPS)

Cuántos clientes nos recomendarían con otros  
77%

La disminución de este indicador frente al año anterior (79%) refleja cambios en preferencias y necesidades de clientes, lo que nos reta a escucharlos y entenderlos mejor.

Nivel de esfuerzo (CES)

Qué tan fácil es hacer negocios con nosotros  
86%

Marcas aliadas

Índice de satisfacción (INS): 83% (2024: 76%)  
Nivel de recomendación (NPS): 75% (2024: 55%)  
Nivel de esfuerzo (CES): 84% (2024: 69%)

Consolidado de nuestra compañía

Índice de satisfacción (INS): 84%  
Nivel de recomendación (NPS): 76%  
Nivel de esfuerzo (CES): 85%

Estos resultados evidencian una experiencia consistente y positiva. Los clientes finales destacaron la facilidad en los procesos, mientras que las marcas aliadas presentaron un crecimiento relevante, especialmente con los aliados clave.

Impacto en retención y actividad

Nuestra verdadera medida del éxito se evidencia en el comportamiento de nuestros clientes. En 2025 se consolidó un modelo de medición ROX (*Return On Experience*), el cual conecta la experiencia con la rentabilidad del negocio:

Clientes finales:

Tasa de activación

Clientes que usan activamente nuestros productos  
70%

Tasa de recompra

Clientes que vuelven y generan nuevas transacciones  
70%

Churn

Clientes que se van (objetivo: mantener bajo)  
Indicador por debajo del promedio del sector, demostrando nuestra capacidad de retención y relaciones sólidas con nuestros clientes  
23%

Marcas aliadas:

Tasa de vinculación

Aliados que se unen a nuestro ecosistema  
50%

Tasa de activación

Aliados que operan activamente  
66%

Churn

Aliados que se desvinculan  
20%

La experiencia positiva que brindamos se traduce directamente en clientes que permanecen activos y vuelven. Las tasas de *churn* por debajo del 25% en clientes finales y cercana al 20% en aliados, demuestran una fidelización competitiva en un mercado cada vez más dinámico.

# Historias de gratitud: cocreación y cultura de servicio

## Reconocimiento a nuestro talento interno

Las personas son la esencia de nuestra organización y de una experiencia memorable para el cliente. Por esto, en 2025 procuramos el bienestar de nuestros colaboradores y de la experiencia al interior de la organización como pilar fundamental de la experiencia del cliente.

**48 colaboradores fueron** reconocidos en Historias de Gratitud por su desempeño destacado en la entrega de experiencias memorables.

**15 expertos** en carteras tercerizadas fueron nombrados como referentes integrales en servicio, liderazgo técnico y relacional dentro de la organización.

## Cocreación: El cliente como socio

Un avance relevante en 2025 fue la cocreación de estrategias junto con clientes y aliados, quienes participaron activamente en la identificación de necesidades, la validación de soluciones y la generación de nuevas ideas.

**La colaboración entre clientes, aliados y equipos internos fortaleció nuestra capacidad para adaptarnos, crecer y generar valor compartido.**

# Capacitación que genera crecimiento

## Desarrollo de aliados: Academia Sistecrédito

Para nosotros, el relacionamiento sostenible va más allá de una transacción. Los aliados requieren acompañamiento, formación y herramientas para crecer.

Con este propósito, diseñamos e implementamos la **Academia Sistecrédito, un programa de formación enfocado en los procesos de vinculación, capacitación y venta** a través de webinars y espacios de aprendizaje prácticos con conocimientos aplicables para contribuir al éxito de nuestros aliados.

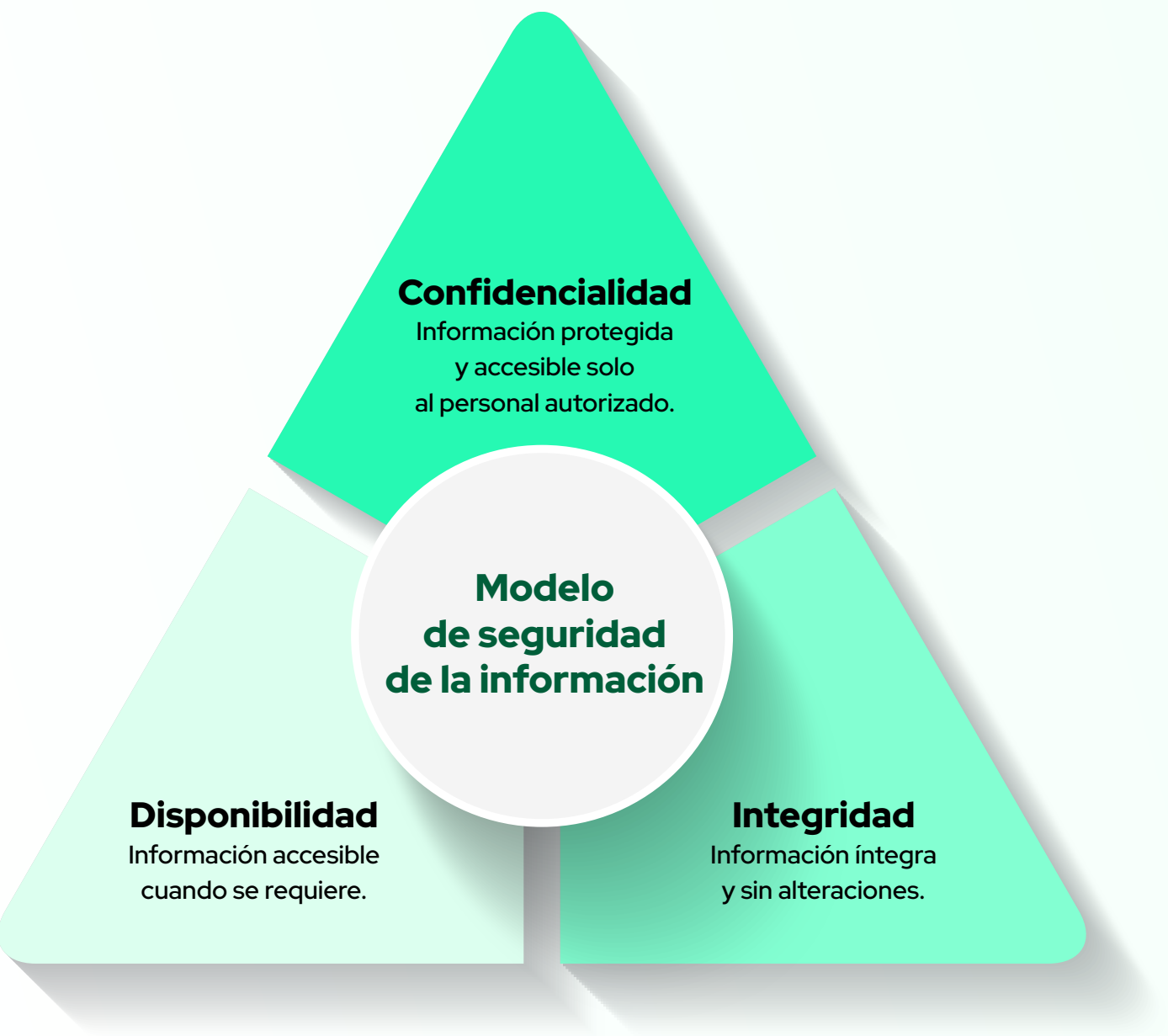
**5.373 personas** capacitadas en la Academia Sistecrédito durante 2025.

**95%** fue el índice de satisfacción de este programa.

# Seguridad de la información: confianza como fundamento

[GRI 3-3]

La seguridad de nuestros colaboradores, clientes y aliados es una prioridad fundamental. Anualmente optimizamos y mejoramos el Modelo de Gobierno de Seguridad de la Información, que establece una hoja de ruta para la definición e implementación de controles técnicos alineados con nuestros objetivos estratégicos corporativos.



## Resultados 2025: evolución en 8 frentes

**12 políticas** de seguridad diseñadas, actualizadas e implementadas, fortaleciendo el marco normativo interno.

**22 iniciativas o proyectos corporativos** se sometieron a la gestión de riesgos de seguridad con la incorporación de tecnologías de gobierno, riesgo y cumplimiento (GRC).

**11 iniciativas ejecutadas** en seguridad, formación, campañas de comunicación, ejercicios de *phishing* e ingeniería social.

**70% (7 de 10) de proyectos** ejecutados en capas de protección con avances en la adopción de Zero Trust.

**Modelo de Gobierno de Seguridad en Proveedores**, alineado con los estándares internacionales TPRM (*Third Party Risk Management*).

**Integración de seguridad desde fases iniciales de diseño**, con la adopción de la seguridad por diseño y la seguridad por defecto.

**Madurez del modelo superior al 80% de cumplimiento** respecto a metas planteadas, con evaluación de controles técnicos y de gobierno corporativo.

## Protección de datos: cero violaciones registradas

[GRI 418-1]

**0 reclamaciones** relacionadas con violaciones a la privacidad del cliente o pérdida de datos.

Este resultado demuestra nuestro compromiso con la protección de datos personales mediante controles rigurosos, procedimientos internos de prevención del fraude, capacitación periódica del personal y revisión constante de procesos.

Proveedores locales, crecimiento compartido

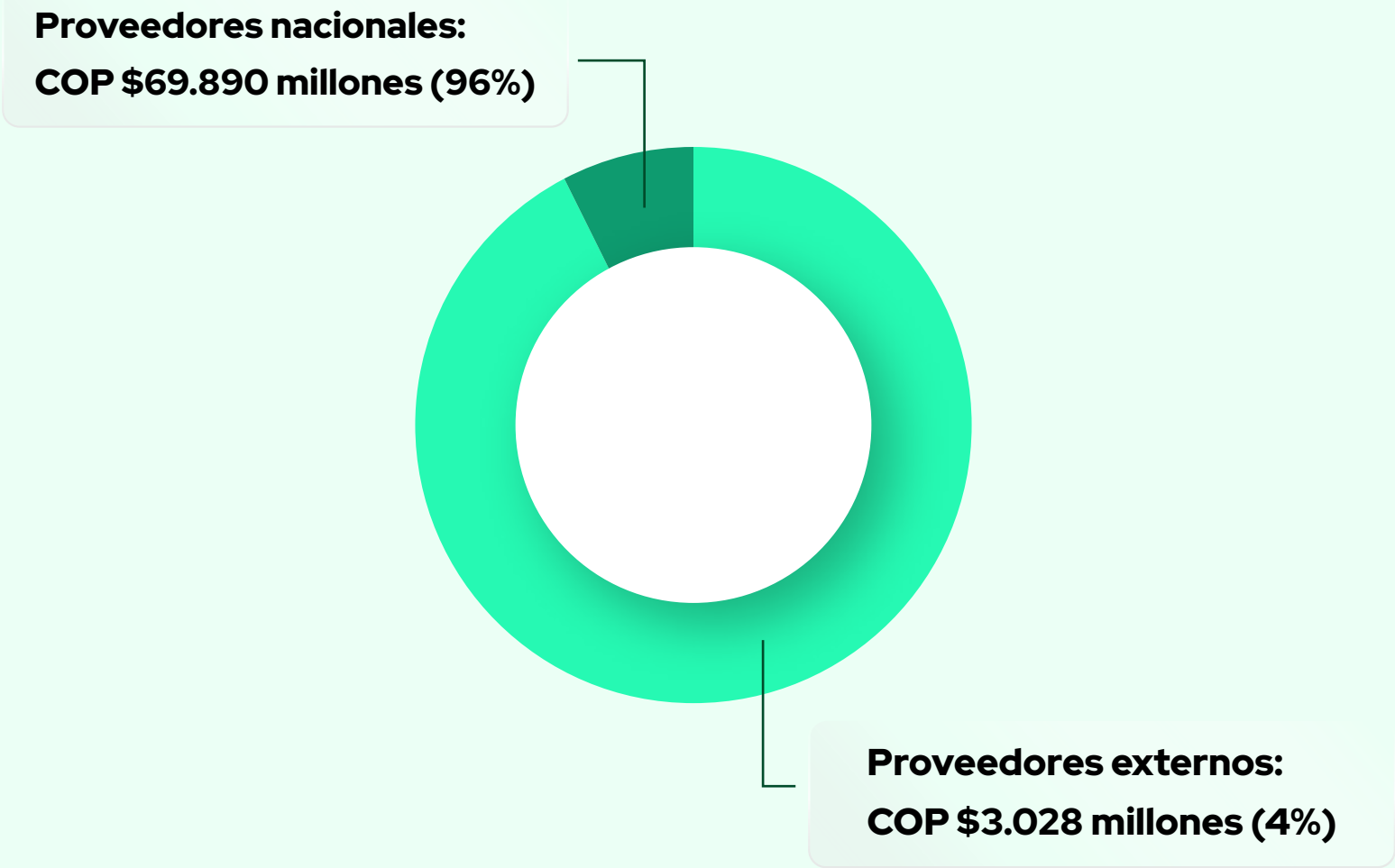
[GRI 2-6] [GRI 2-23] [GRI 2-24] [GRI 204-1] [GRI 308-1] [GRI 414-1]

Compromiso local

96% del gasto total en compras y servicios se realizó con proveedores locales en 2025.

En Sistecrédito definimos como proveedores locales a los aliados estratégicos que están constituidos y operan en Colombia.

En 2025 el gasto total en adquisiciones fue de **COP \$72.919 millones.**



Esta proporción refleja nuestro compromiso con:

- El fortalecimiento del rubro empresarial colombiano.
- La dinamización de la economía nacional y regional.
- La generación indirecta de empleo.

Cada peso invertido en proveedores locales dinamiza el tejido empresarial y la economía de Colombia.

Gobernanza en nuestra cadena de suministro

Contamos con un marco normativo interno compuesto por la Política de Compras y la Política de Proveedores, que regulan la gestión integral del abastecimiento bajo principios de transparencia, control, trazabilidad y gestión de riesgos.

Este marco nos permite:

- **Asegurar** procesos competitivos y documentados.
- **Evaluar** integralmente a proveedores bajo criterios técnicos, financieros y de cumplimiento.
- **Clasificar** a proveedores críticos por impacto financiero, operativo, de seguridad de la información y seguridad/salud en el trabajo
- **Implementar** mecanismos formales de aprobación y supervisión para compras estratégicas.

En 2026 fortaleceremos estos marcos de acción con la incorporación de criterios específicos de sostenibilidad ambiental en los procesos de evaluación y seguimiento a proveedores. De esta manera, alinearemos nuestra gestión de abastecimiento con la estrategia de reducción de la huella de carbono (Alcance 3).

Política de compras: transparencia, eficiencia y control

Gestionamos el abastecimiento mediante mecanismos estructurados que garantizan la transparencia, competitividad y eficiencia del proceso:

- RFQ (Solicitud de cotización) para adquisiciones estandarizadas.
- RFP (Solicitud de propuesta) para soluciones estratégicas o de mayor complejidad.
- Niveles de autorización definidos por monto.
- Comités de abastecimiento para compras relevantes.
- Esquemas formales de licitación periódica para proveedores recurrentes.

Desde la perspectiva de sostenibilidad, esta política:

- Garantiza transparencia y trazabilidad en la selección de proveedores.
- Promueve una competencia justa.
- Asegura el control del gasto y la eficiencia en uso de recursos.

Política de proveedores: evaluación integral

La selección, evaluación y seguimiento de aliados estratégicos se realiza bajo criterios claros que garantizan el cumplimiento normativo, la calidad del servicio y la mitigación de riesgos.

El modelo de evaluación de proveedores contempla:

- Criterios técnicos y económicos.
- Debida diligencia documental.
- Validación en listas restrictivas.
- Evaluación de riesgos de cumplimiento (LA/FT, C/ST).
- Clasificación de criticidad financiera.
- Evaluación de seguridad de la información.
- Evaluación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).
- Requisitos asociados al Plan Estratégico de Seguridad Vial cuando aplica.

# Gestión ASG en proveedores

Aportes de nuestra Política de Proveedores a la sostenibilidad corporativa, de acuerdo con los criterios ASG:

1

**Gestión de riesgos sociales y laborales**

Exige el cumplimiento del SG-SST y estándares mínimos en seguridad para proveedores y sus colaboradores.

2

**Gestión de riesgos de gobernanza**

Incluye controles de conflictos de interés, validación en listas restrictivas y autorización por parte de la Presidencia ante novedades reputacionales.

3

**Gestión de riesgos ambientales indirectos**

Aunque actualmente no se exige de manera obligatoria una certificación ambiental, el Modelo de criticidad y evaluación permite incorporar progresivamente criterios de desempeño ambiental dentro del seguimiento a proveedores estratégicos.

4

**Protección de datos y seguridad digital**

La evaluación obligatoria de aspectos de seguridad de la información para proveedores tecnológicos fortalece la resiliencia organizacional y la gestión responsable de la información.

## Inversión social y desarrollo de comunidades

[GRI 3-3] [GRI 203-1] [GRI 413-1]

En 2025 demostramos que es posible invertir simultáneamente en innovación tecnológica que fortalece el modelo de negocio y en iniciativas sociales que transforman las comunidades.

**COP \$9.293 millones** en proyectos tecnológicos de infraestructura.

**COP \$1.107 millones** en donaciones e inversión social directa, mediante la participación en eventos comunitarios e iniciativas de deporte, voluntariado y educación.

Estos esfuerzos generan un ecosistema donde la tecnología democratiza el acceso financiero y la inversión social fortalece el tejido comunitario.

### Proyectos tecnológicos: Infraestructura para la inclusión

La inclusión financiera requiere sistemas robustos, eficientes y diseñados para simplificar procesos complejos. Por eso, en 2025, invertimos en tres proyectos estratégicos.



### SUV Evaluación inteligente del riesgo

Sistema que integra múltiples fuentes de información de centrales de riesgo.

Aplica reglas y políticas del negocio y se conecta con modelos analíticos para generar ofertas personalizadas.



### SINCO Compensación transparente

Sistema que automatiza la compensación a aliados en cada producto de la oferta de valor.

Cuando los aliados saben exactamente cómo y cuándo se les compensa, la confianza crece y los incentivos se alinean.



### LEGOCORE Administración flexible del crédito

Sistema integral que administra el crédito de manera avanzada y personalizada, lo cual permite diversificar las diferentes líneas.

Es una plataforma con múltiples productos que permite configurarlos a la medida de cada necesidad.

# Inversión social

En 2025 consolidamos dos estrategias clave para hacer tangible nuestro compromiso con el desarrollo social:

## Team Sistecrédito

En comunidades donde faltan alternativas de esparcimiento, les ofrecemos a niños y jóvenes un lugar seguro donde pueden crecer, entrenar y aprender sobre disciplina a través del deporte.

## Bienestar infantil y tejido social

Brindamos apoyo directo a entidades que trabajan por el desarrollo integral de la niñez, especialmente en comunidades vulnerables. Estamos convencidos de que fortalecer a los niños hoy, es fortalecer a las comunidades del mañana.

Los resultados de ambas estrategias evidencian nuestro avance hacia un modelo de sostenibilidad donde el deporte, la educación, el voluntariado y la inclusión financiera actúan como motores de impacto positivo en los territorios.



# Movilidad social: el deporte como estrategia de desarrollo

**El Team Sistecrédito es una plataforma que combina formación deportiva, acompañamiento psicológico y oportunidades educativas.** Su estructura integra talentos desde los 15 años hasta la categoría élite, que son acompañados por un equipo interdisciplinario que garantiza procesos de entrenamiento responsables, integrales y sostenibles.

En el **Clásico RCN Social, la Vuelta del Porvenir y el Tour Femenino Sistecrédito** (realizado en Florencia, Caquetá), el Team Sistecrédito permitió visibilizar historias de jóvenes talentos y generar impactos que trascendieron el ámbito deportivo: impulso a la economía local, dinamización del turismo y visibilización de regiones tradicionalmente excluidas de grandes eventos nacionales.

## De semillero a categoría élite

**41 deportistas** de diferentes categorías conforman una ruta de formación progresiva:



### Hombres

- 8 élite
- 9 sub-23
- 7 juveniles
- 5 prejuveniles



### Mujeres

- 5 élite
- 2 sub-23
- 5 juveniles

**14 profesionales especializados**, entre preparadores físicos, fisioterapeuta, doctora, nutricionista, psicólogo, mecánicos, y masajistas, quienes garantizan un acompañamiento integral centrado en el bienestar y la formación ética.

## Tres impactos clave

### 1. En las familias

- Acceso a formación de alto rendimiento.
- Acompañamiento integral que reduce costos familiares.
- Generación de orgullo y propósito.
- Reducción de riesgos sociales en jóvenes.

### 2. En las comunidades

- Referentes cercanos de disciplina y superación.
- Fomento del deporte como alternativa de desarrollo.
- Creación de tejido social e identidad territorial.
- Promoción de estilos de vida saludables.

### 3. En el deporte nacional

- Semillero continuo que acompaña desde los 15 años.
- Transición responsable entre categorías para reducir la deserción.
- Aporte a la profesionalización del ciclismo femenino, históricamente subrepresentado.



El Team Sistecrédito se consolida como una plataforma deportiva y social que aporta talento, disciplina y formación para jóvenes del país.

Eventos deportivos: alcance masivo y transformación interna

Fortalecimos nuestro compromiso con el bienestar y la promoción de hábitos saludables a través de la participación en eventos deportivos de alto impacto en la ciudad de Medellín. En estos espacios nos acercamos a la ciudadanía y movilizamos a nuestros colaboradores como agentes de transformación social.

Piscina del Sí en la Maratón Medellín 2025

En el marco de la Maratón Medellín 2025, uno de los eventos atléticos más importantes de Colombia, realizamos el 5 y 6 de septiembre en Plaza Mayor la activación de marca que denominamos Piscina del Sí, que les permitió a los miles de asistentes:

- Acceder a información sobre soluciones financieras flexibles.
- Resolver dudas sobre inclusión financiera.
- Conocer nuevas oportunidades.

Corre Mi Tierra 2025: 300 colaboradores en movimiento

Nuestra participación en una de las experiencias deportivas más representativas del país, demostró el compromiso de la organización con los estilos de vida saludable de nuestros colaboradores y nos permitió:

- Fortalecer el sentido de pertenencia interno.
- Representar de manera positiva a la organización en espacios de alto alcance.

300 colaboradores convertidos en agentes de transformación social.



Presencia en eventos de ciudad: Inclusión y diversidad

Participamos en Sin Límites Fest, un festival ciudadano de Medellín dedicado a promover la inclusión y la diversidad funcional. En el evento, los organizadores realizaron actividades para promover la inclusión financiera, compartir herramientas accesibles y sensibilizar sobre la discapacidad.



Bio Suroeste: compromiso ambiental

Un grupo de 17 de nuestros colaboradores participó en actividades de apoyo a la gestión de Bio Suroeste, entre ellas:

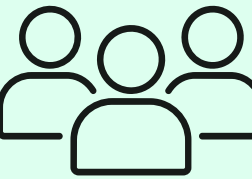
- Acompañamiento en procesos de siembra y recuperación ecológica.
- Aprendizaje sobre biodiversidad, uso responsable del suelo y protección de fuentes hídricas.

Su participación generó impactos en tres niveles:



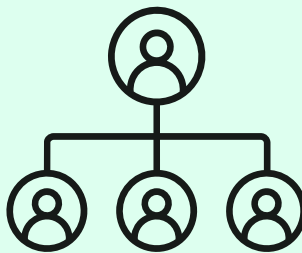
En el territorio

Contribuyó al fortalecimiento de iniciativas locales que protegen la biodiversidad del Suroeste, una de las zonas con mayor riqueza ambiental de Antioquia.



En los colaboradores

Vivieron un proceso de sensibilización que promueve prácticas sostenibles.



En nuestra organización

Reafirmamos el compromiso de Sistecrédito con la construcción de territorios más equilibrados, resilientes y conscientes de la conservación ambiental.

Formación para el empleo: Semillero Riwi – Sistecrédito

En 2025 materializamos los resultados de nuestra alianza con Riwi, empresa especializada en formación acelerada en tecnología para fortalecer la empleabilidad de jóvenes talentos y reducir brechas en habilidades digitales.

El primer grupo de 10 participantes completó su proceso de entrenamiento práctico, metodologías de aprendizaje por proyectos y obtuvo acompañamiento permanente durante un año. En julio de 2025, el 100% del grupo inició su vinculación laboral con Sistecrédito.

Logros del semillero de formación para el empleo

Empleabilidad juvenil

Fortalecimiento de oportunidades, especialmente para perfiles que enfrentan barreras de acceso en el sector tecnológico.

Cierre de brechas digitales

Impulso a la formación de talento local en áreas estratégicas para la transformación digital.

Calidad de vida

Los participantes mejoraron sus condiciones y accedieron a un entorno laboral formal, estable y con proyección profesional y personal.

Voluntariado corporativo por competencias

En 2025 implementamos el primer piloto de voluntariado profesional por competencias, transfiriendo conocimiento especializado desde el talento interno hacia organizaciones sociales aliadas: FUNDAFE, Carla Cristina, Damos, Somos Visibles.

Comunicaciones:

Diseño de mensajes, canales digitales y herramientas para mejorar la visibilidad de las causas de las instituciones aliadas.

Gestión de proyectos:

Formulación, planificación, seguimiento y uso eficiente de recursos con metodologías ágiles.

A través de sesiones formativas, mentorías personalizadas y ejercicios prácticos, los voluntarios de Sistecrédito entregaron herramientas aplicadas para que cada organización continuara su uso o aplicación con su propio equipo de trabajo, fortaleciendo así su autonomía.

Impactos del piloto:

- Una mejor comunicación, más clara y estratégica, orientada a sus públicos objetivos.
- Mayor orden en la gestión de proyectos y acceso a alianzas, convocatorias y recursos.
- Espacios significativos de servicio para los voluntarios, lo que les permite aplicar su conocimiento técnico en un contexto social real.
- Fortalecimiento de la cultura de propósito dentro de nuestra organización.
- Desarrollo de habilidades de liderazgo, empatía, facilitación, pensamiento estratégico y trabajo colaborativo.

Mediante nuestro voluntariado transferimos valor a instituciones sin ánimo de lucro para aportar juntos al bienestar de más colombianos.

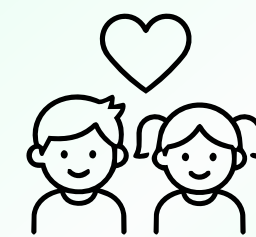
Padrinos Sistecrédito: acompañamiento significativo a la niñez

Mediante este programa movilizamos a nuestros colaboradores en un ejercicio de corresponsabilidad social para acompañar a niños y niñas de las fundaciones Damos (Envigado) y Carla Cristina (La Ceja), ambas en el departamento de Antioquia.

- 130 regalos recolectados.
- 98 padrinos voluntarios; 30 de ellos participaron en el evento, compartiendo tiempo y promoviendo escucha activa e interacción significativa.



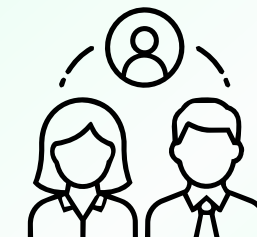
Impactos multidimensionales



Para los niños y niñas

Gesto de reconocimiento, cercanía y validación emocional.

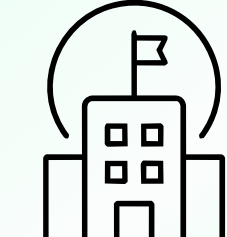
Creación de momentos de alegría que contribuyeron a su bienestar emocional, muy valiosos en contextos de carencia afectiva o riesgo social.



Para los colaboradores

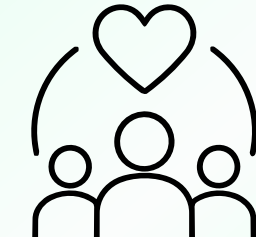
Espacio de sensibilización y crecimiento personal.

Interacción directa con realidades sociales, lo que les permitió ampliar su perspectiva sobre desigualdades, fortalecer la empatía, la solidaridad y el sentido de propósito.



Para la organización

Fortalecimiento de la cultura interna, consolidando equipos más humanos, cohesionados y orientados al propósito colectivo.



Para la comunidad

Contribución al fortalecimiento del capital social, mediante la creación de vínculos de confianza entre empresa, organizaciones sociales y beneficiarios.

En 2025 estas iniciativas reflejaron nuestro compromiso con la creación de valor social y la promoción de comunidades más fuertes, resilientes y conectadas.



## 6. Gestión responsable de recursos: nuestro compromiso

# Eficiencia energética y reducción del consumo

[GRI 302-1][GRI 302-4]

En Sistecrédito optimizamos procesos y adoptamos nuevos hábitos para reducir nuestro impacto ambiental con resultados medibles.

## Eficiencia energética 2025

### Sede Ayurá Center II (Envigado)

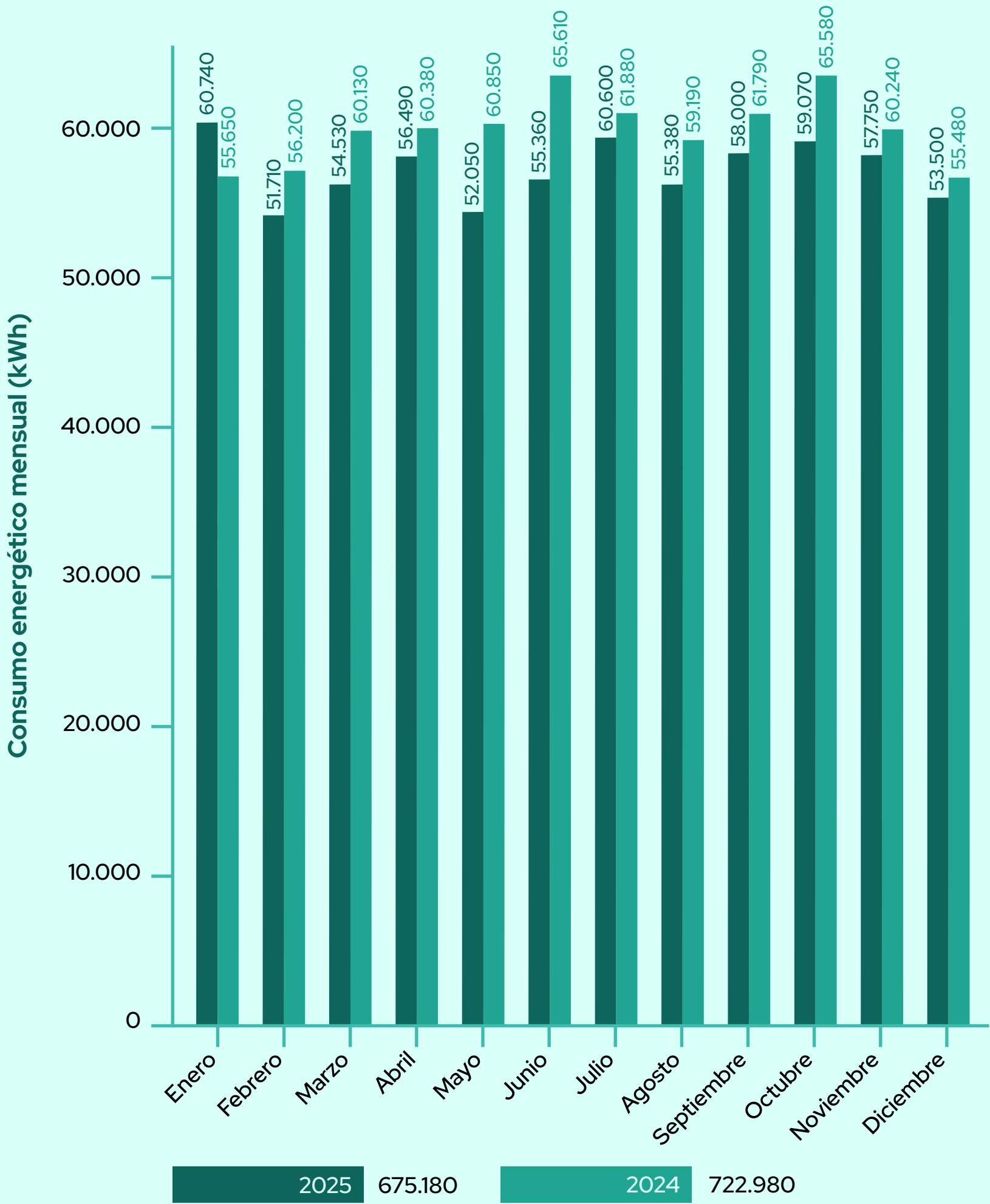
- Consumo total: 675.180 kWh.
- Logro: reducción del 6,61% vs. 2024 (722.980 kWh).

### Tendencia del año

- Comportamiento: reducción sostenida en la mayoría de los meses.
- Picos leves en enero, julio y octubre que no afectaron la tendencia general de ahorro.

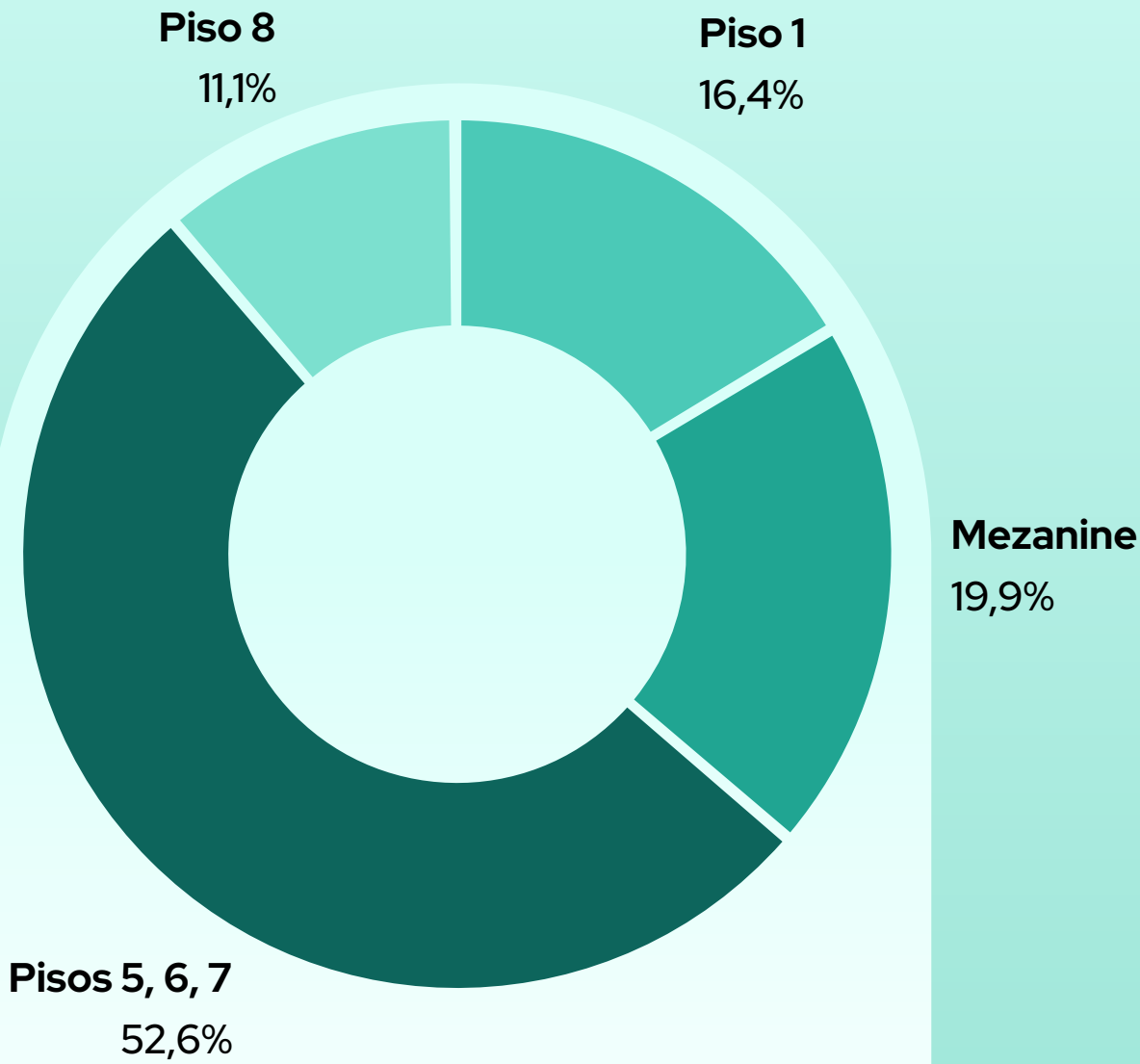


Consumo energético mensual (kWh) 2024 vs. 2025



Distribución del consumo energético por áreas en nuestro edificio

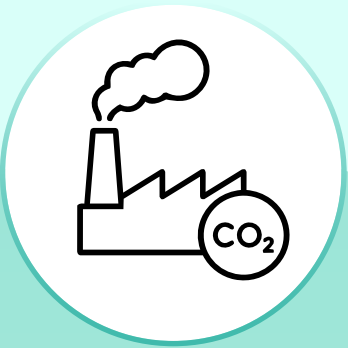
El análisis del consumo por áreas evidencia que los **pisos 5, 6 y 7 concentran la mayor demanda energética**, seguidos por el mezanine, lo que resalta la importancia de enfocar las estrategias de eficiencia en los espacios de mayor ocupación y actividad operativa.



# Emisiones de gases de efecto invernadero

[GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3]

**Medimos nuestro impacto ambiental para transformar datos en acciones.** Durante 2025, logramos una reducción significativa de nuestras emisiones indirectas gracias a la optimización operativa y a la movilidad sostenible de nuestro equipo. Logramos compensar incidentes técnicos puntuales con una gestión energética más inteligente.



## Alcance 1: emisiones directas

Emisiones directas de fuentes controladas por la organización (combustibles, refrigerantes y procesos).

### Evolución

2024: 2,87 tCO<sub>2</sub>

2025: 13,2 tCO<sub>2</sub>

**Incremento: +459,93%**

#### Causa principal del aumento

La fuga de refrigerante en la condensadora de los cuartos eléctricos ubicada entre los pisos 5 y 8, generó emisiones involuntarias durante 2025.

#### Factores compensatorios

El aumento del combustible refrigerante registrado fue ocasional y estuvo relacionado con un evento operativo específico, no a una tendencia estructural.

#### Contexto

El aumento en el consumo de gasolina de motor y etanol también fue un factor que contribuyó al incremento de las emisiones.



## Alcance 2: consumo de energía

Emisiones generadas indirectamente al consumir energía eléctrica de la red.

### Evolución

2024: 157,2 tCO<sub>2</sub>e

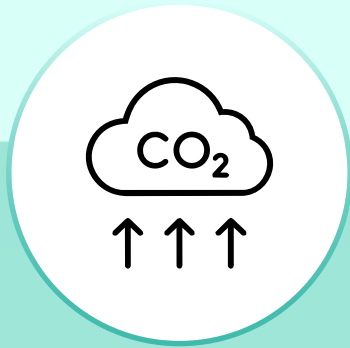
2025: 65,49 tCO<sub>2</sub>e

**Reducción: -41,6%**

#### Medidas de eficiencia energética implementadas

- Apagado de televisores en zonas comunes diariamente desde las 10:00 p.m. hasta las 6:00 a.m.
- Optimización del horario de apagado de luminarias en los pisos 7 y 8, al pasar de las 10:30 p.m. a las 8:00 p.m.
- Ajuste en la programación de aires acondicionados. Únicamente operan de lunes a viernes, con excepción de las zonas críticas que requieren de su funcionamiento continuo.

**Impacto:** La reducción significativa refleja nuestro compromiso con la eficiencia energética y la sostenibilidad operativa.



## Alcance 3: otras emisiones indirectas

Emisiones generadas por actividades de la organización en su cadena de valor (transporte, energía, proveedores).

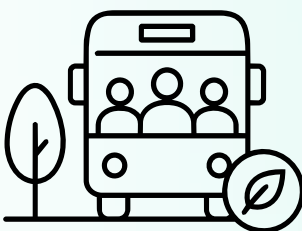
### Evolución total

2024: 1.044,56 tCO<sub>2</sub>

2025: 967,7 tCO<sub>2</sub>

**Reducción: -76,86 tCO<sub>2</sub> (-45%)**

#### Principales reducciones



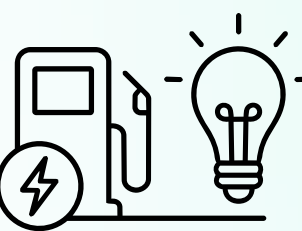
#### Transporte de empleados

2024: 721,21 tCO<sub>2</sub>

2025: 0,59 tCO<sub>2</sub>

**Reducción: -720,62 tCO<sub>2</sub>**

**Causa:** aumento en el número de empleados.



#### Otras actividades (combustible y energía)

2024: 323,35 tCO<sub>2</sub>

2025: 168,6 tCO<sub>2</sub>

**Reducción: -154,75 tCO<sub>2</sub>**

**Causa:** disminución del consumo de electricidad, lo cual impacta directamente las subcategorías asociadas.

**Impacto:** la reducción en Alcance 3 evidencia cambios en patrones de movilidad y consumo energético. Además, refleja una mayor conciencia ambiental, tanto de la organización como de sus colaboradores.

# Cultura organizacional sostenible

Todo cuenta cuando se trata de cuidar el planeta. Por eso, implementamos acciones concretas para reducir nuestro impacto ambiental y fomentar una cultura más sostenible dentro de la organización.

Desde la eliminación de plásticos de un solo uso hasta la selección de productos *eco-friendly*, avanzamos hacia una operación más responsable con el medio ambiente.

## Cambios que nos hacen crecer



### Insumos que cuidan el entorno

- **Fibras y empaques sostenibles**  
Papel higiénico y servilletas Xpressnap, Limpión Tork y toallas de manos elaborados con fibras 100% recicladas y empaques 100% reciclables.



### Menos plástico, más vida

- Evitamos el uso de **12.368** botellas plásticas al año.
- Instalamos **5** máquinas dispensadoras de agua de alta tecnología.
- Fomentamos el uso de termos y envases de vidrio.

# Prácticas digitales con propósito real

Impulsamos el desarrollo sostenible mediante la innovación y la eficiencia. Optimizamos nuestra infraestructura digital para reducir la huella de carbono y garantizamos una disposición responsable de los equipos para lograr un mínimo impacto ambiental.

¿Cómo lo hacemos posible?

## Infraestructura en la nube

**90%**  
de nuestros sistemas

ya opera en la nube, maximizando el ahorro energético.

Contamos con certificaciones

**Energy Star e ISO 14001:2015**

en nuestros equipos.

# De los residuos al impacto: gestión responsable

[GRI 306-1] [GRI 306-4]

A través de alianzas estratégicas, capacitación continua e iniciativas culturales, buscamos transformar la forma en que generamos, separamos y aprovechamos los residuos para crear un impacto positivo en nuestros colaboradores, las comunidades y el planeta.

## Iniciativas

### Cultura de reciclaje



Alianza con la asociación **Mil Colores** para capacitar a nuestro equipo en la correcta separación de residuos.

### Economía circular en marcha



**Bazar revive:** segunda vida a artículos en buen estado.

**Botellas de amor:** transformación de residuos plásticos.

**Pilas con el planeta:** recolección segura de baterías junto a **RECOPILA**.

### Celebraciones con propósito



Nuestra fiesta de Halloween **Celebra sin dejar huella en el planeta, pero sí en el corazón** premió la creatividad con materiales reciclables.

Con esta iniciativa, **recolectamos 812 kg de material aprovechable** (kraft, cartón, archivo, pasta y plásticos) en conjunto con la asociación Arrecicar. Beneficiamos directamente a comunidades de recicladores y contribuimos así a la economía circular.

## Gestión responsable de equipos (RAEE)

La sostenibilidad en nuestra organización no se limita a un equipo o política, pero hace parte de nuestra cultura. Al integrar la sensibilización en nuestros espacios internos, demostramos que cuidar el planeta es un esfuerzo compartido que genera impactos sociales y ambientales.

### Resultados que hablan por nosotros



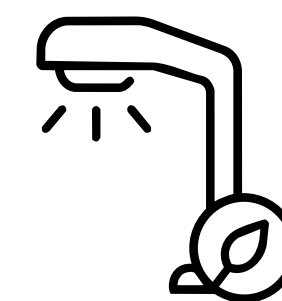
#### Gestión de residuos electrónicos.

Procesamos **276 kg** de RAEE en 2025.



#### Eficiencia tecnológica.

Redujimos estos residuos en un **44%** frente al año anterior (495 kg).



#### Gestión de luminarias.

Logramos una **reducción del 89,6%**, al pasar de 182 kg en 2024 a 19 kg en 2025.

Al extender con éxito el ciclo de vida de nuestros equipos, optimizamos el uso de cada activo tecnológico y cuidamos el planeta.



## 7. Retos que nos guían y definen nuestra ruta

# Retos estratégicos clave

De cara a los próximos años, orientamos nuestra gestión hacia la consolidación de un modelo de crecimiento rentable, sostenible y basado en la confianza.

En un entorno de transformación digital acelerada, mayores exigencias regulatorias y expectativas cambiantes, hemos identificado retos estratégicos clave. A continuación, te presentamos nuestra hoja de ruta para superarlos y avanzar.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1Crecimiento rentable con inclusión financiera                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2Experiencia del cliente y construcción de confianza                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 3Transformación digital, datos e inteligencia artificial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Sostener el crecimiento del negocio, garantizando equilibrio entre expansión, rentabilidad y gestión del riesgo.                                                                                                                                                                                                                                                        | Evolucionar hacia una propuesta de valor que trascienda la transacción y fortalezca las relaciones de largo plazo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Consolidar la tecnología como habilitador estratégico escalable, pasando de iniciativas aisladas a capacidades organizacionales integradas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p>Para lograrlo, avanzaremos en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ampliar la cobertura territorial a más de 1.000 municipios.</li><li>• Fortalecer el comercio de proximidad con la expansión de nuestra red de aliados.</li><li>• Impulsar el crecimiento disciplinado del crédito soportado en analítica avanzada y apetito de riesgo definido.</li></ul> | <p>Para lograrlo, avanzaremos en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Consolidar la estrategia "Oferta que Enamora", orientada a la fidelización de clientes y aumentar el valor percibido.</li><li>• Reducir fricciones en el <i>journey</i> del cliente (compra, pago, atención y cobranza).</li><li>• Fortalecer la pedagogía financiera y transparencia en la comunicación.</li><li>• Desarrollar experiencias personalizadas basadas en datos.</li><li>• Lograr que la experiencia sea consistente, confiable y relevante en todos los puntos de contacto.</li></ul> | <p>Para lograrlo, avanzaremos en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Integrar la inteligencia artificial y la analítica avanzada en la toma de decisiones.</li><li>• Automatizar procesos críticos para mejorar la eficiencia y trazabilidad.</li><li>• Fortalecer la arquitectura tecnológica para garantizar escalabilidad y resiliencia.</li><li>• Asegurar el uso responsable de la IA con énfasis en ética, transparencia, seguridad y gobernanza de datos.</li><li>• Integrar la tecnología como motor de productividad, innovación y sostenibilidad en el ADN organizacional.</li></ul> |



4

Gestión integral de riesgos, cumplimiento y gobierno corporativo



5

Sostenibilidad como eje estratégico transversal



6

Talento, cultura y transformación organizacional

Fortalecer sistemas de control y anticipación frente a mayores exposiciones derivadas del crecimiento y la digitalización.

Integrar criterios ASG en toda la organización y aumentar la madurez en su implementación y en la medición de impactos.

Convertir la cultura en habilitadora real de la estrategia, alineando capacidades, liderazgo, capacitación continua y ejecución en un entorno de cambio acelerado.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Consolidar un sistema de gestión de riesgos más predictivo, apoyado en analítica e inteligencia artificial.
- Fortalecer la prevención del fraude y la detección de operaciones sospechosas en tiempo real.
- Anticipar cambios regulatorios y asegurar el cumplimiento normativo.
- Garantizar la protección de datos personales en entornos digitales y automatizados.
- Integrar criterios ASG en auditoría interna y procesos de control.
- Evolucionar hacia una gestión de riesgos que además de controlar, habilite el crecimiento seguro del negocio.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Consolidar la participación sostenida de colaboradores en programas de innovación.
- Lograr mayor madurez en la implementación de proyectos de sostenibilidad, especialmente en temas de inclusión y medición de impactos.
- Integrar de manera profunda tecnologías emergentes como inteligencia artificial en procesos organizacionales.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Consolidar un modelo integral de gestión del talento basado en datos.
- Fortalecer una cultura organizacional orientada a la agilidad, el aprendizaje continuo y la *accountability*.
- Impulsar el desarrollo y la movilidad interna del talento.
- Diseñar e implementar estrategias de capacitación continua alineadas a las necesidades del negocio y a los retos de la transformación digital.
- Asegurar el bienestar, la inclusión, la experiencia del colaborador y relaciones laborales sostenibles,
- Gestionar el cambio organizacional derivado de la transformación digital.



# 7

## Innovación que genera impacto y valor



# 8

## Gestión ambiental y eficiencia operativa



# 9

## Cadena de valor y abastecimiento sostenible

Evolucionar de un modelo de innovación participativa hacia uno de innovación efectiva, escalable y orientada a resultados medibles.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Incrementar la participación de colaboradores en procesos de innovación.
- Aumentar la tasa de implementación de ideas y proyectos.
- Reducir los tiempos de experimentación y escalamiento.
- Generar impactos medibles en eficiencia, experiencia y resultados financieros.
- Fortalecer el sistema de innovación GIRO como eje del desarrollo organizacional.

Consolidar prácticas responsables orientadas a la eficiencia y reducción de impactos ambientales.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Fortalecer la eficiencia energética mediante la automatización y tecnologías más eficientes.
- Prevenir emisiones asociadas a fugas de refrigerantes y optimizar consumos energéticos.
- Evaluar alternativas de energías renovables.
- Consolidar programas de economía circular y gestión de residuos.

Fortalecer la cadena de suministro como elemento clave para la sostenibilidad del negocio.

Para lograrlo, avanzaremos en:

- Integrar criterios ambientales y sociales en la evaluación de proveedores.
- Implementar modelos de seguimiento con indicadores de sostenibilidad.
- Contribuir a la reducción de emisiones indirectas (Alcance 3).

## Hacia un modelo de negocio transformador e inclusivo

---

Estos retos nos plantean el camino para consolidar un modelo de negocio más digital y basado en datos, centrado en el cliente, disciplinado en riesgos, sostenible en lo ambiental y social y soportado en capacidades organizacionales robustas.

Su superación nos permitirá fortalecer la competitividad, generar valor para nuestros grupos de interés y consolidar nuestra contribución al desarrollo económico y social del país.

# Índice Estándar GRI (Global Reporting Initiative)

Declaración de usos. Sistecrédito ha elaborado el informe conforme al uso de referencia de los estándares GRI, para el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2025 y 31 de diciembre de 2025.

| Estándar                                                    | Contenido                                                                                   | Pág. | Omisión            |        |             |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-------------|
|                                                             |                                                                                             |      | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| La organización y sus prácticas de presentación de informes | 2-1 Detalles organizacionales                                                               | 2, 8 |                    |        |             |
|                                                             | 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad                    | 2    |                    |        |             |
|                                                             | 2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto                              | 2    |                    |        |             |
|                                                             | 2-4 Actualización de la información                                                         | 2    |                    |        |             |
|                                                             | 2-5 Verificación externa                                                                    | 2    |                    |        |             |
|                                                             | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales                             | 8    |                    |        |             |
|                                                             | 2-7 Empleados                                                                               | 36   |                    |        |             |
|                                                             | 2-8 Trabajadores que no son empleados                                                       | 36   |                    |        |             |
| Gobernanza                                                  | 2-9 Estructura de gobernanza y composición                                                  | 25   |                    |        |             |
|                                                             | 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno                                  | 25   |                    |        |             |
|                                                             | 2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto                              | 25   |                    |        |             |
|                                                             | 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos  | 25   |                    |        |             |
|                                                             | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos                            | 27   |                    |        |             |
|                                                             | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 25   |                    |        |             |
|                                                             | 2-15 Conflictos de interés                                                                  | 29   |                    |        |             |
|                                                             | 2-16 Comunicación de inquietudes críticas                                                   | 35   |                    |        |             |
|                                                             | 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno                                 | 27   |                    |        |             |
|                                                             | 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno                                 | 27   |                    |        |             |
|                                                             | 2-19 Políticas de remuneración                                                              | 45   |                    |        |             |
|                                                             | 2-20 Proceso para determinar la remuneración                                                | 45   |                    |        |             |
|                                                             | 2-21 Ratio de compensación total anual                                                      | 45   |                    |        |             |

| Estándar                                | Contenido                                                                            | Pág.  | Omisión            |        |             |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------|--------|-------------|
|                                         |                                                                                      |       | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| Estrategia, políticas y prácticas       | 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible                        | 8     |                    |        |             |
|                                         | 2-23 Compromisos y políticas                                                         | 61    |                    |        |             |
|                                         | 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas                                    | 61    |                    |        |             |
|                                         | 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos                                   | 31    |                    |        |             |
|                                         | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes                  | 28    |                    |        |             |
|                                         | 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas                                 | 31    |                    |        |             |
|                                         | 2-28 Afiliación a asociaciones                                                       | 9,24  |                    |        |             |
|                                         |                                                                                      |       |                    |        |             |
| Participación de los grupos de interés  | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés                          | 20    |                    |        |             |
|                                         | 2-30 Convenios de negociación colectiva                                              | 44    |                    |        |             |
| GRI 3: Temas materiales                 |                                                                                      |       |                    |        |             |
| Temas materiales                        | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales                                 | 16,20 |                    |        |             |
|                                         | 3-2 Lista de temas materiales                                                        | 20    |                    |        |             |
|                                         | 3-3 Gestión de los temas materiales                                                  | 55    |                    |        |             |
| Serie 200: Temas económicos             |                                                                                      |       |                    |        |             |
| GRI 201: Desempeño económico            | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido                                 | 15    |                    |        |             |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos | 203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados                            | 63    |                    |        |             |
| GRI 204: Prácticas de abastecimiento    | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales                                     | 61    |                    |        |             |
| GRI 205: Anticorrupción                 | 205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción | 34    |                    |        |             |
|                                         | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción       | 35    |                    |        |             |

| Estándar                                     | Contenido                                                                                                           | Pág. | Omisión            |        |             |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-------------|
|                                              |                                                                                                                     |      | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| Serie 300: Temas ambientales                 |                                                                                                                     |      |                    |        |             |
| GRI 302: Energía                             | 302-1 Consumo energético dentro de la organización                                                                  | 70   |                    |        |             |
|                                              | 302-4 Reducción del consumo energético                                                                              | 70   |                    |        |             |
| GRI 305: Emisiones                           | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)                                                                         | 71   |                    |        |             |
|                                              | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                                                    | 71   |                    |        |             |
|                                              | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)                                                                 | 71   |                    |        |             |
| GRI 306: Residuos                            | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos                                | 75   |                    |        |             |
|                                              | 306-4 Residuos no destinados a eliminación                                                                          | 75   |                    |        |             |
| GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales                   | 61   |                    |        |             |
| Serie 400: Temas sociales                    |                                                                                                                     |      |                    |        |             |
| GRI 401: Empleo                              | 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal                                                     | 40   |                    |        |             |
|                                              | 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 45   |                    |        |             |
|                                              | 401-3 Permiso parental                                                                                              | 47   |                    |        |             |
| GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo     | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                                   | 51   |                    |        |             |
|                                              | 403-3 Servicios de salud en el trabajo                                                                              | 51   |                    |        |             |
|                                              | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo                                               | 51   |                    |        |             |
|                                              | 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                     | 51   |                    |        |             |

| Estándar                                        | Contenido                                                                                                             | Pág. | Omisión            |        |             |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-------------|
|                                                 |                                                                                                                       |      | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| Serie 400: Temas sociales                       |                                                                                                                       |      |                    |        |             |
| GRI 404: Formación y enseñanza                  | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado                                                                 | 48   |                    |        |             |
|                                                 | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados                                                           | 48   |                    |        |             |
|                                                 | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera      | 48   |                    |        |             |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades | 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados                                                                   | 38   |                    |        |             |
| GRI 413: Comunidades locales                    | 413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo         | 63   |                    |        |             |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores   | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales                        | 61   |                    |        |             |
| GRI 418: Privacidad del cliente                 | 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | 61   |                    |        |             |

**sistecrédito**