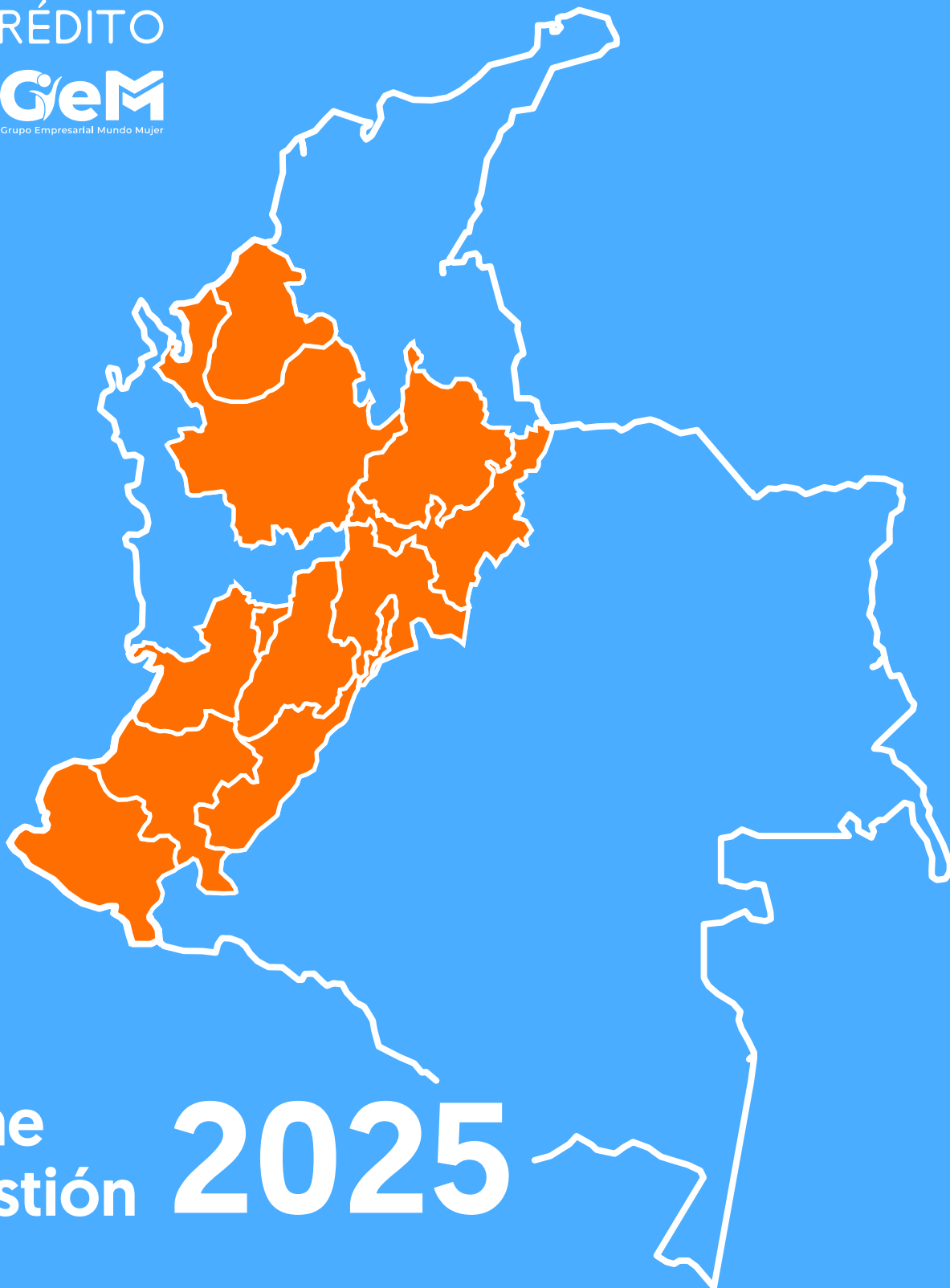


# UNI2

MICROCRÉDITO

Una empresa del **GEM**  
Grupo Empresarial Mundo Mujer



Informe  
de Gestión **2025**

# Créditos

**Dirección Editorial**  
Felipe Mariño

**Diseño Editorial**  
More Studio

**Dirección de  
Comunicaciones**  
Sebastián Ayalde

**Fotografía**  
Leonardo Luna

---

**UNI2 Microcrédito SAS**  
[www.uni2.com.co](http://www.uni2.com.co)

Av 9AN #15AN – 09  
Cali, Colombia  
Tel: 602 486 2591

**Imágenes de archivo fotográfico UNI2**  
**Todos los derechos reservados**

**Sandra Pinto**  
Tendera  
Tunja, Boyacá  
MOTOCARRO UNI2



# 2025 en Cifras

Cartera Total  
**\$252.967 MM**  
40% de crecimiento

**0,85%**  
PAR 30  
Total

Cientes  
**20.000**  
21% de  
crecimiento

Utilidad Neta  
**\$4.37 MM**  
203% de crecimiento

Crecimiento de Ingresos  
**\$75.729 MM**  
27% de crecimiento

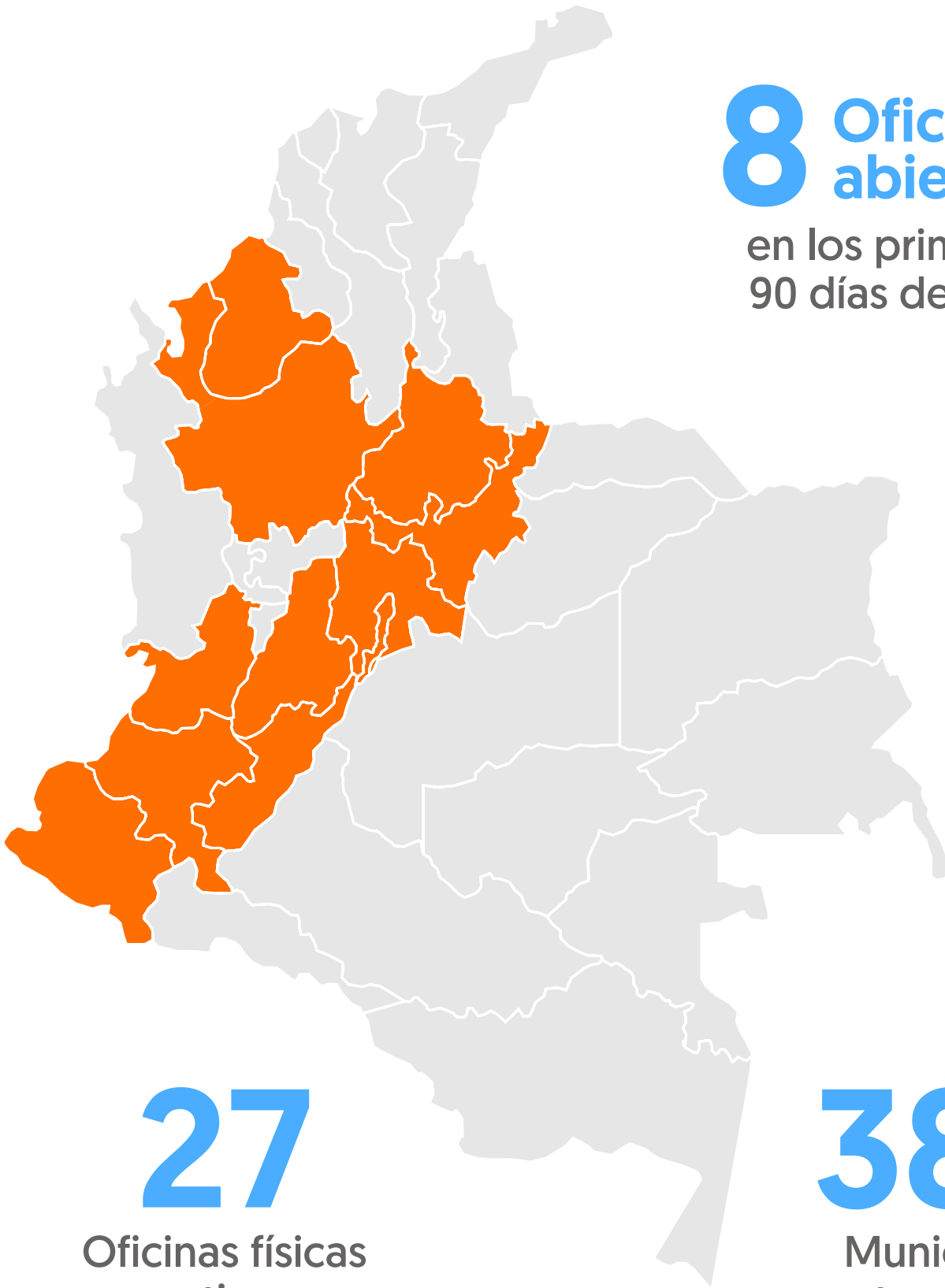
Monto Desembolsado  
**\$167.845 MM**  
62% de crecimiento

Desembolsos  
**13.098**  
38% de  
crecimiento

# Nuestra Cobertura

**8** Oficinas  
abiertas

en los primeros  
90 días del año



**27**  
Oficinas físicas  
activas

**385**  
Municipios  
atendidos

# UNI2

## MICROCRÉDITO

Una empresa del  **GEM**  
Grupo Empresarial Mundo Mujer

El 13 de mayo de 1985 inició operaciones la Fundación Mundo Mujer de Popayán, entidad que nació gracias a la visión empresarial y el compromiso social de Doña Leonor Melo de Velasco con su ciudad, la cual empezaba a levantarse luego del terremoto del jueves santo de 1983.

Con audacia, liderazgo y don de mando, Doña Leonor logro convencer a un grupo de mujeres cercanas a ella de acompañarla en este emprendimiento social, consiguiendo el capital semilla para que la Fundación empezara a

operar bajo una premisa fundamental: acelerar la reconstrucción de Popayán a través de la capacidad transformadora de las mujeres.

Doña Leonor entendió muy rápidamente que el microcrédito era la metodología adecuada para devolverle la productividad a su ciudad, ayudando pequeños empresarios a aumentar sus ingresos y activos, construyendo cultura de pago, cultura de compromiso y cultura de progreso.



El 25 de abril de 2014 fundamos UNI2 MICROCRÉDITO en la ciudad de Santiago de Cali, emprendimiento que nació con el propósito de hacer microcrédito desde la innovación, facilitando el acceso a crédito a empresarios informales para la adquisición de activos productivos.

En UNI2 buscamos empoderar a los microempresarios de Colombia, haciéndolos propietarios de motos que permitieran apalancar su capacidad productiva, entendiendo la problemática alrededor del transporte público en ciudades principales y las regiones apartadas de nuestro país.

Once años después, confirmamos nuestro propósito a partir del positivo impacto de la moto en nuestro país, siendo esta un aliado clave en el desarrollo, la superación de la pobreza, la conectividad de nuestras regiones y hogares que mejoraron sus ingresos.

Doña Leonor soñó en empoderar las mujeres de Popayán a través del acceso a créditos productivos, nosotros soñamos en empoderar a los microempresarios a través del acceso a la movilidad productiva, dos visiones distintas, con un mismo propósito, cambiar vidas. Hoy somos afortunados de poder trabajar juntos por este mismo propósito; compartiendo valores, visión de país, principios empresariales y ese orgullo regional de nacer y desarrollar nuestros proyectos desde el Sur Occidente de Colombia.

En nuestra historia quedara escrito que el miércoles santo de 2025 UNI2 MICROCRÉDITO entró a ser parte del Grupo Mundo Mujer, cerrando con éxito la primera etapa de nuestra historia empresarial y con la firme convicción de que juntos transformamos la adversidad en oportunidades.



# Tabla de Contenido

**01.**

Nuestra  
Organización

**02.**

Nuestros  
Productos

**03.**

Nuestros  
Clientes y Grupos  
de Interés

**04.**

Gestión  
Comercial y  
Mercadeo

**05.**

Gestión  
Financiera

**06.**

Servicio al Cliente  
y Autogestión

**07.**

Gestión de  
Riesgos

**08.**

Equipo  
UNI2

**09.**

Sostenibilidad

**10.**

Tecnología e  
Innovación

# 01. Nuestra Organización

## Gobierno Corporativo

En 2025, la Fundación Mundo Mujer se convirtió en socio mayoritario de UNI2 Microcrédito, fortaleciendo el gobierno corporativo e impulsando la evolución de la organización mediante la adopción de mejores prácticas.

Como resultado, se consolidó un modelo orientado a maximizar el valor para los grupos de interés y garantizar la alineación entre las decisiones estratégicas y los objetivos de sostenibilidad.



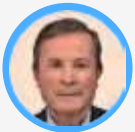
## Junta Directiva

Nuestra Junta Directiva se compone de siete miembros principales, elegidos por la Asamblea General de Accionistas.



**Luis Fernando Otero**

Presidente Junta Directiva UNI2



**Eduardo Otoyá**

Socio Fundador



**Santiago Perdomo**

Representante Grupo Empresarial Mundo Mujer



**Francisco José Pérez**

Socio Fundador



**Adolfo Velasco**

Representante Grupo Empresarial Mundo Mujer



**Felipe Velasco Melo**

Representante Grupo Empresarial Mundo Mujer



**Jose Pablo Mesa**

Miembro Independiente

La Junta Directiva cuenta con 3 comités de apoyo, conformados por miembros independientes, patrimoniales y administradores de la Sociedad:



### Comité de Auditoría

**Lilian Quintero**  
Invitada Externa

**Adolfo Velasco**  
Miembro JD.  
Representante FMM

**Felipe Mariño**  
Admin. UNI2

**Andres Gómez**  
Admin. UNI2



### Comité de Riesgos

**Santiago Perdomo**  
Miembro JD.  
Representante FMM

**Victor Mosquera**  
Invitado Externo FMM

**Felipe Mariño**  
Admin. UNI2

**Andres Gómez**  
Admin. UNI2



### Comité de Liderazgo, Cultura, Nomenclatura y Remuneración

**Jose Pablo Mesa**  
Miembro JD.  
Independiente

**Luis F. Otero**  
Presidente JD.  
Representante FMM

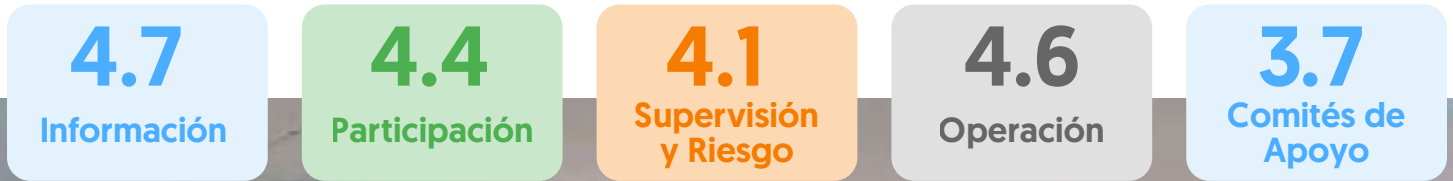
**Felipe Mariño**  
Admin. UNI2

**Vanessa Astudillo**  
Admin. UNI2

## Autoevaluación Junta Directiva

La Junta Directiva realizó en 2025 una autoevaluación interna basada en cinco variables: Información, Participación, Supervisión y Gestión del Riesgo, Operación y Comités de Apoyo.

**4.5 / 5**  
**Resultado General**



## Mensaje del Presidente de la Junta Directiva

El año 2025 quedará marcado como un punto de inflexión en la historia de UNI2. Fue un periodo de aprendizaje profundo, de integración cultural y estratégica, y de logros que reflejan la capacidad de nuestra organización para crecer con solidez, adaptarse con inteligencia y avanzar con propósito.

La llegada del Grupo Empresarial Mundo Mujer como nuevo socio mayoritario abrió una etapa en la que fortalecimos nuestro gobierno corporativo, incorporamos mejores prácticas y generamos sinergias que hoy se traducen en resultados visibles y sostenibles para nuestro futuro.

Hemos demostrado que UNI2 es una empresa que crece con la misma fuerza con la que se transforma. Cerramos el año con un crecimiento sobresaliente de la cartera del 40%, un aumento significativo en clientes y desembolsos, y una utilidad neta que superó en más del 100% el presupuesto, lo que evidencia una gestión comercial y financiera rigurosa y estratégica.

La diversificación de nuestras fuentes de fondeo, los avances en TI, la consolidación de áreas clave y la implementación de políticas más modernas para la etapa de expansión reflejan una organización que se prepara para jugar en un nivel superior.

Uno de los hitos más relevantes del año fue la ejecución del plan de expansión, que permitió la apertura de ocho nuevas oficinas en solo 90 días. Este crecimiento regional no solo amplió nuestra presencia y cercanía con los clientes, sino que también reafirmó la capacidad de nuestro equipo comercial y operativo para ejecutar con disciplina, creatividad y un profundo sentido de servicio.

La creación de nuevas estructuras de liderazgo, los ajustes y mejoras oportunas y la evolución de nuestros modelos de incentivos impulsaron una productividad que hoy es referente en el sector.

Pero si hay un logro que nos llena de orgullo, es el resultado de nuestra gente. En 2026, alcanzamos un clima organizacional extraordinario, con una puntuación de 9.0/10 superando ampliamente los indicadores del año anterior y consolidándonos como una organización donde el liderazgo, la comunicación y el sentido de pertenencia son auténticas fortalezas.

Este resultado confirma que cuando nuestros valores medulares se viven con coherencia – humildad, vocación de servicio, pasión, valentía y optimismo, hacer que las cosas pasen– se crea un entorno capaz de sostener cualquier desafío.

La cultura UNI2 continúa madurando. Iniciativas como la escuela de líderes, las evaluaciones basadas en EOS y la consolidación de una narrativa unificada desde la gerencia fortalecen un modelo donde el desarrollo humano es tan prioritario como el crecimiento del negocio.

Como Junta Directiva, reconocemos y celebramos el compromiso, la entrega y la convicción de cada colaborador, son ellos quienes hacen posible que UNI2 avance con la energía de una empresa joven, pero con la responsabilidad, transparencia y visión de un grupo empresarial sólido. La decisión de Mundo Mujer de unirse como socio mayoritario confirma esa confianza en lo que somos y, sobre todo, en lo que podemos llegar a ser.

El 2025 fue un año para sentar bases. El 2026 y los años siguientes serán para construir sobre ellas. UNI2 tiene hoy las capacidades, el liderazgo y el talento para seguir creciendo con integridad, expandiéndose con propósito y transformando realidades con la fuerza de su gente.

Sigamos soñando en grande. Sigamos creciendo. Sigamos demostrando que, cuando actuamos unidos, todo es posible.



**Luis Fernando Otero**  
Presidente – Junta Directiva UNI2

## Palabras del Gerente General

Entrar a ser parte del Grupo Empresarial Mundo Mujer nos llena de orgullo a todos los que hemos creído en este proyecto, siendo este el hito más grande de nuestra historia y un reconocimiento a las buenas prácticas empresariales con las que construimos UNI2 MICROCRÉDITO.

El miércoles 16 de abril de 2025 llevamos a buen término la negociación con la Fundación Mundo Mujer, entidad que adquirió el 56% de las acciones de UNI2 MICROCRÉDITO, cerrando así de manera exitosa un proceso marcado por el respeto y la transparencia.

Un año después, trabajamos con gran satisfacción de la mano de nuestros nuevos socios, encontrando en ellos respaldo, alineación de propósitos, discusiones estratégicas y visión de largo plazo, puntos clave en la transición de nuestra organización hacia una nueva etapa empresarial.

Para UNI2 el 2025 fue un año lleno de emociones fuertes e intensidad, el cual vivimos de manera vertiginosa desde el 2 de enero, fecha en la que empezamos a ejecutar el plan de expansión más ambicioso de nuestra historia.

En los primeros 90 días del año, logramos la apertura de ocho nuevas sedes, ejecutando una estrategia de crecimiento rentable que nos permitió consolidar presencia en regiones donde ya veníamos operando e incursionar en los departamentos de Santander y Tolima, zonas de enorme potencial para el desarrollo de nuestro modelo de negocio.

Las oficinas de Cali Oriente, Envigado, Rionegro, Apartadó, Tunja, Zarzal, Ibagué y Bucaramanga fueron el resultado de un detallado ejercicio de planeación por parte de todas las áreas de soporte de la compañía, destacando el protagonismo de Operaciones, Recursos Humanos, Mercadeo y Tecnología, las cuales actuaron de manera coordinada para cumplir con las fechas planteadas para cada inauguración.

En medio de este carrusel de aperturas, vivimos las semanas de mayor intensidad en la negociación con la Fundación Mundo Mujer, proceso que como



**Felipe Mariño**  
Gerente General


mencioné anteriormente se cerró de manera exitosa, pronosticando los extraordinarios resultados obtenidos por la compañía en los siguientes meses del 2025.

Quisiera cerrar estas palabras agradeciendo de manera muy especial a nuestros socios fundadores y a todos los colaboradores que hicieron posible construir este sueño, el cuál gracias a nuestro trabajo y dedicación hoy inicia un nuevo capítulo en su historia.

Agradezco igualmente a la Fundación Mundo Mujer por apostar por nosotros y abordar el proceso de negociación con la altura que los caracteriza, y a nuestra nueva Junta Directiva, gracias por ser puente fundamental en la transición, hoy los resultados hablan por sí solos.

Hoy damos la bienvenida a esta nueva etapa de UNI2 MICROCRÉDITO; con intensidad, madurez y la humildad necesaria para todos los días buscar construir nuestra mejor versión.

## 02. Nuestros Productos

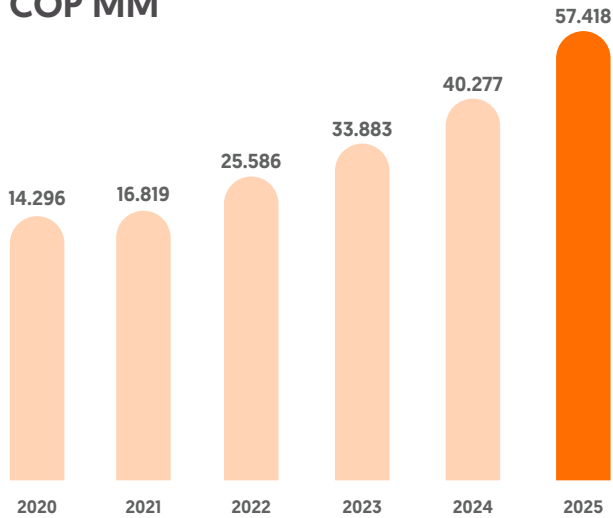


**Diana Gutierrez**  
Estética  
Bucaramanga, Santander  
PROGRESA UNI2

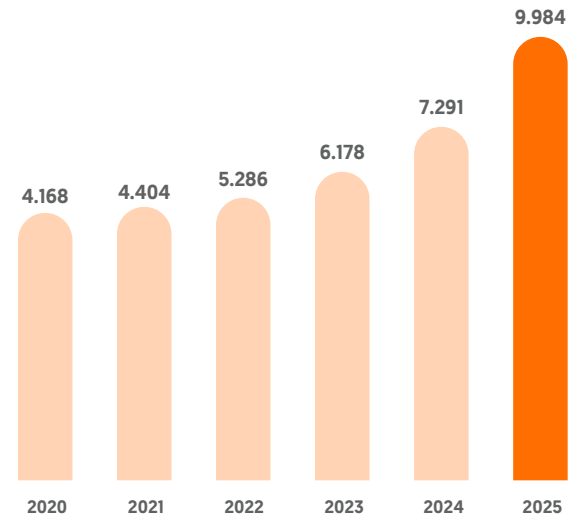
# UNI2 MOTO



**Cartera Total  
COP MM**



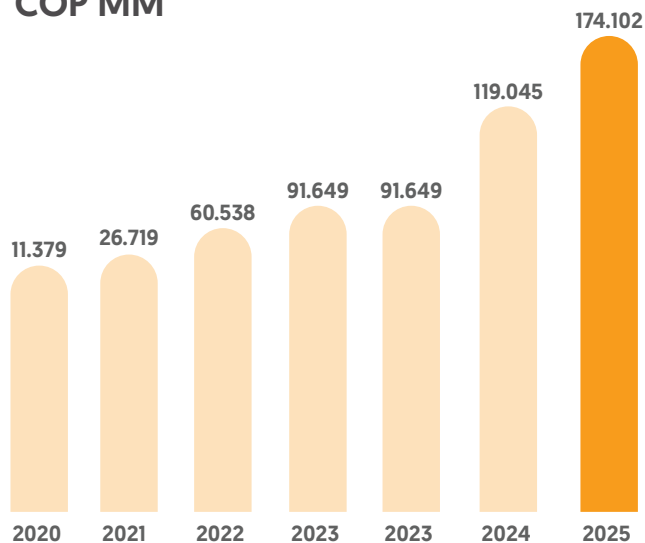
**Número de Clientes**



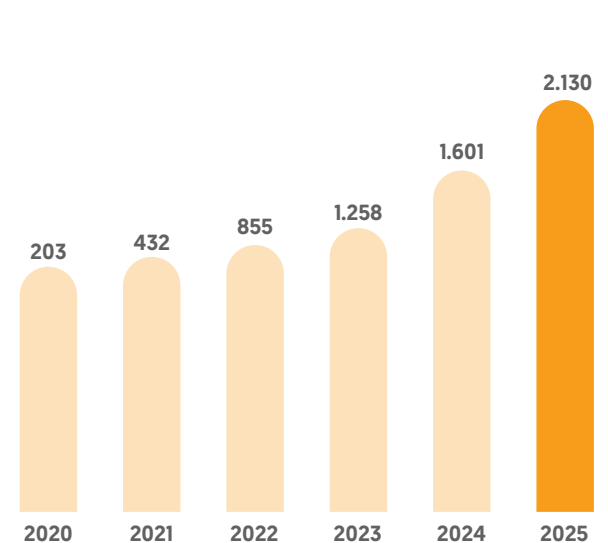
# UNI2 CARGA



**Cartera Total  
COP MM**



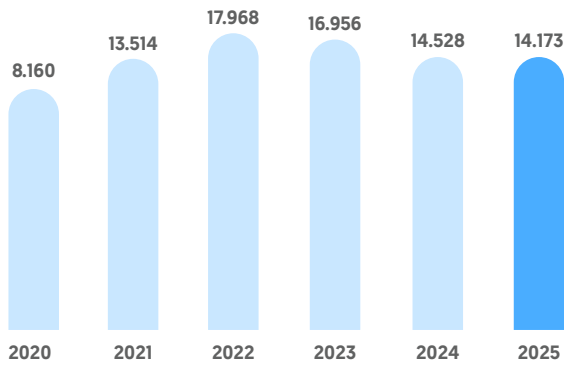
**Número de Clientes**



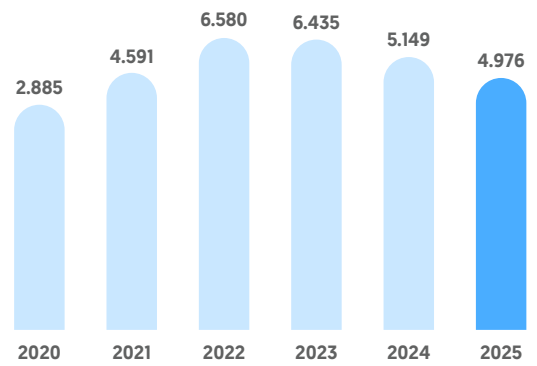
# UNI2 PROGRESA



**Cartera Total  
COP MM**



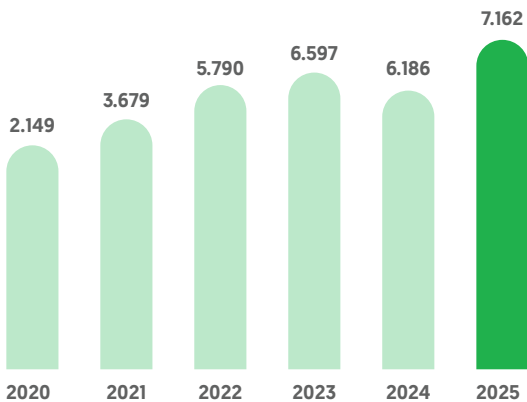
**Número de Clientes**



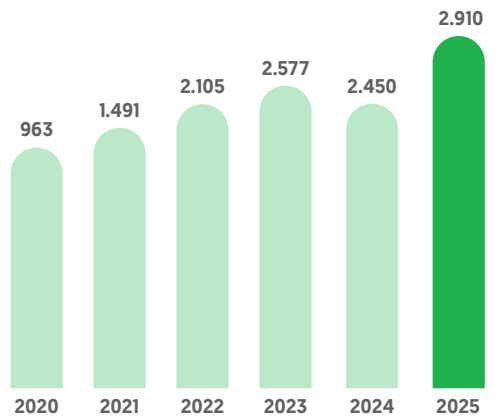
# UNI2 CAMPO



**Cartera Total  
COP MM**



**Número de Clientes**



# 03. Nuestros Clientes

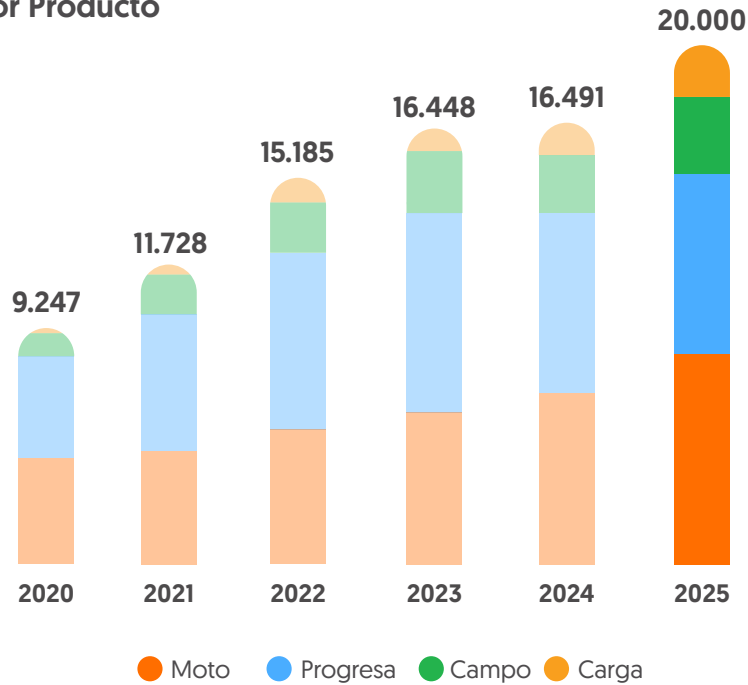


**Luz Mery López**  
Ferretera  
Tunja, Boyacá  
MOTOCARRO UNI2

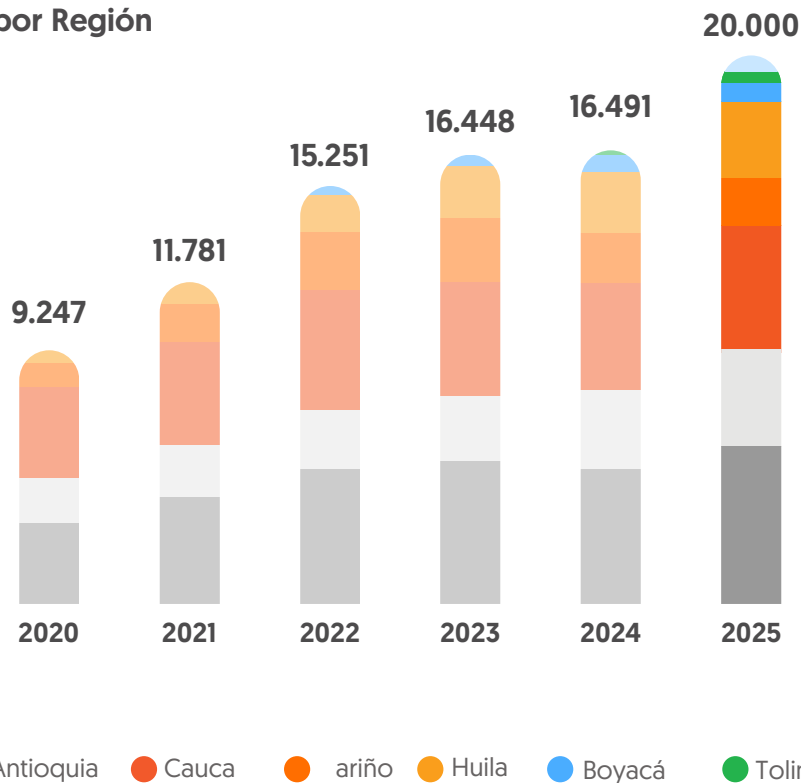


Nuestro trabajo se ha basado en fortalecer los negocios y cultivos de clientes independientes en regiones apartadas de nuestro país, buscando impulsar la sostenibilidad de sus actividades productivas.

### Cientes por Producto



### Cientes por Región

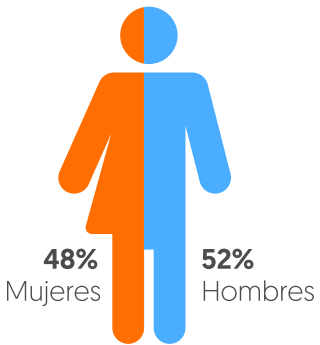
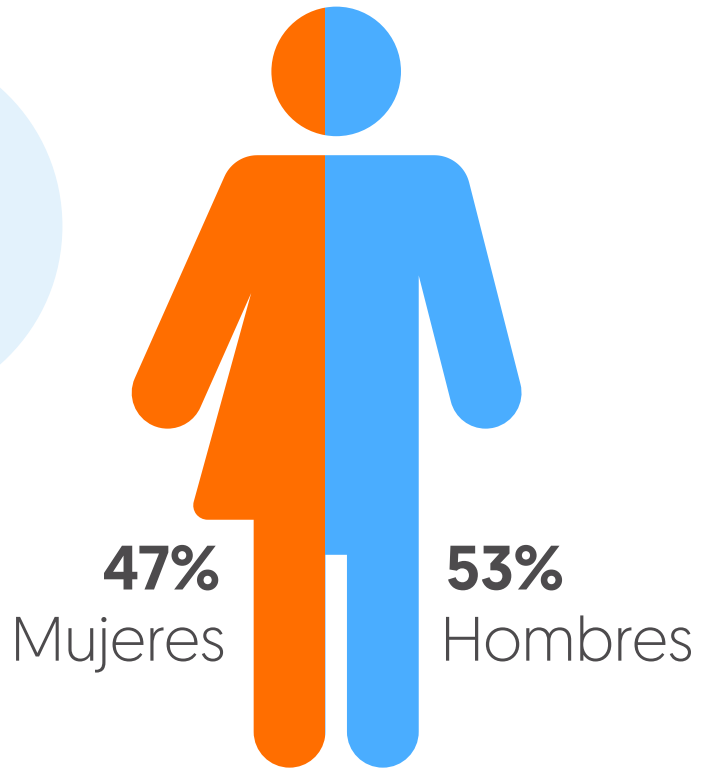


**98%**

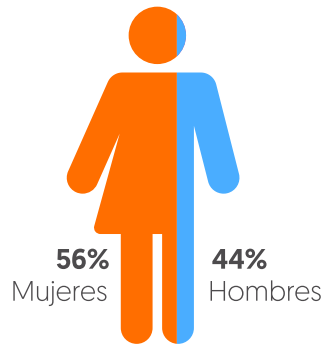
de nuestros clientes pertenece a los estratos socio económicos



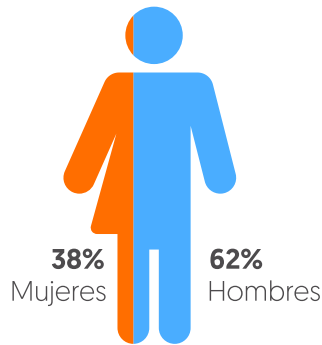
**1, 2 y 3**



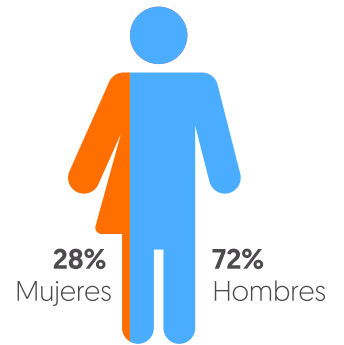
**Moto**



**Progresas**



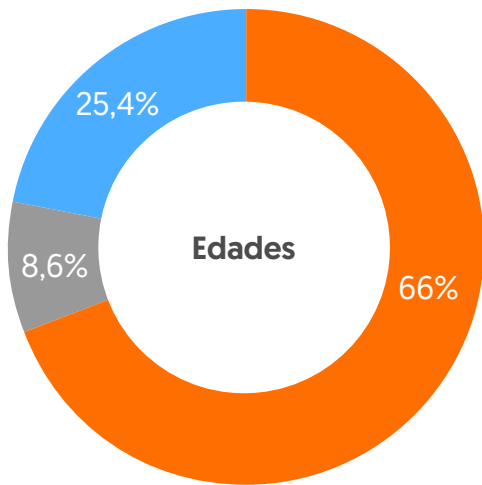
**Campo**



**Carga**

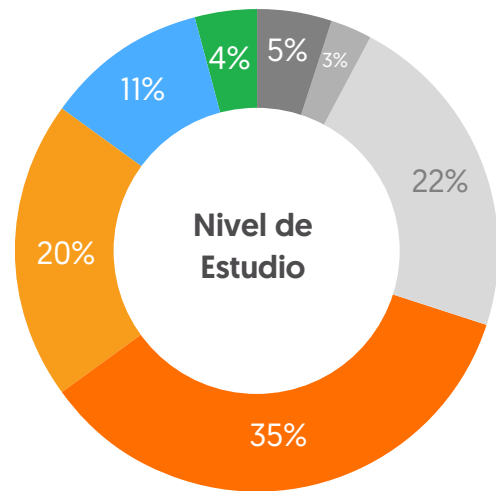


**Erik Sánchez**  
Transportador  
Ibagué, Tolima  
CARGA UNI2



- Jóvenes 18-28    ● Adultos 29-59
- Adultos Mayores >60

1 de cada 4 clientes UNI2 es joven, demostrando la importancia de la inclusión financiera en las nuevas generaciones.



- Primaria    ● Secundaria    ● Media
- Técnico profesional    ● Tecnólogo
- Profesional    ● Ninguno

80,5% de nuestros clientes no cuenta con estudios superiores, una barrera que desde UNI2 nos hemos propuesto ayudarles a contrarrestar.

## Empleabilidad



1 de cada 4 actividades financiadas por UNI2 están relacionadas con actividades agrícolas, ratificando nuestro compromiso con el campo colombiano.



**30%**

**AGRICULTURA**



**27%**

**SERVICIOS**



**21%**

**PRODUCCIÓN**



**20%**

**COMERCIO**



**0.7%**

**OTROS**



**Guillermo Galindo**  
Agricultor  
Ibagué, Tolima  
CAMPO UNI2

# 04. Gestión Comercial y Mercadeo

## Oficinas UNI2

<b>Antioquia</b>	Medellín, Envigado, Bello, Rionegro, Apartadó
<b>Bogotá</b>	Bogotá D.C.
<b>Boyacá</b>	Tunja
<b>Cauca</b>	Piendamó, Popayán, El Bordo, Santander de Quilichao
<b>Huila</b>	Pitalito, Neiva, Garzón
<b>Nariño</b>	Pasto, Ipiales, Túquerres
<b>Santander</b>	Bucaramanga
<b>Tolima</b>	Ibagué
<b>Valle del Cauca</b>	Cali, Palmira, Tuluá, Cartago, Zarzal



## Participación de mercado

# UNI2 MOTO

UNI2 crece a la par del mercado y gana relevancia nacional en la colocación.

	2024	2025	Crecimiento
Total Mercado	288.306	493.685	↑ 71%
Colocación UNI2	3.608	5.909	↑ 64%
Participación	1,25%	1,20%	Estable

Fuente: ANDEMOS · Referencia Municipios de Operación UNI2



**5.909 Motos desembolsadas**

Mantuvimos relevancia en un mercado altamente expansivo, creciendo en los segmentos claves para transporte y trabajo.

### Desembolsos por Marca

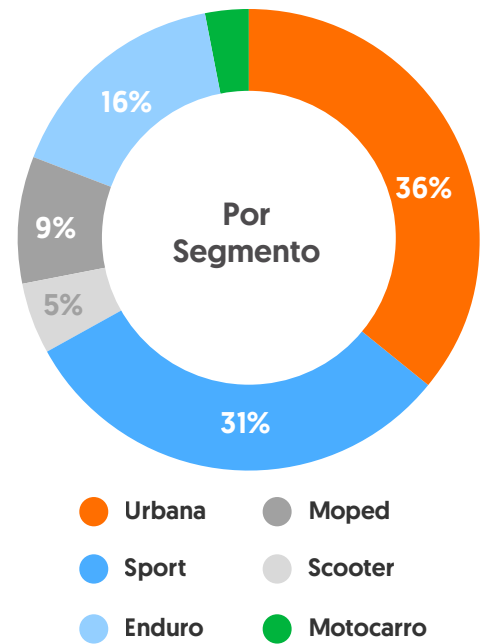
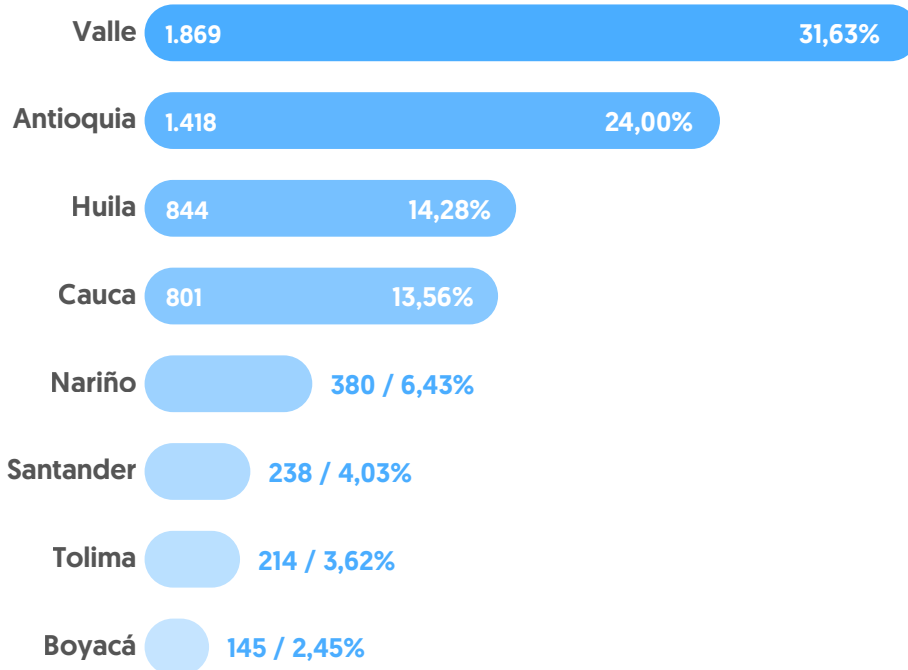
AKT	1.526	25,83%
GRUPO UMA	1.111	18,80%
AUTECO	1.019	17,24%
HERO	942	15,94%
HONDA	570	9,65%
SUZUKI	420	7,11%
OTROS	321	5,43%



**Maura Marcos**  
Maestra de Obra  
Ipiales, Nariño  
MOTO UNI2

**¡La moto como motor de desarrollo económico de Colombia!**

## Por Departamento



**Marcial García**  
 Vendedor de Verduras  
 Bucaramanga, Santander  
**MOTOCARRO UNI2**

# Participación de mercado

## UNI2 CARGA

Carga se consolida como el producto con mayor retorno para nuestro portafolio.

	2024	2025	Crecimiento
Total Mercado	9.893	12.860	↑ 30%
UNI2	578	900	↑ 56%
Market Share	5,84%	7%	↑ 20%

Fuente RUNT: Segmento Pick up, Van y camión <10,5t. Mercado referencia UNI2.

 **900 Vehículos de Carga Desembolsados**  
Market Share: 7,00% · Crecimiento +56% vs 2024

### Desembolsos por Marca Top 10

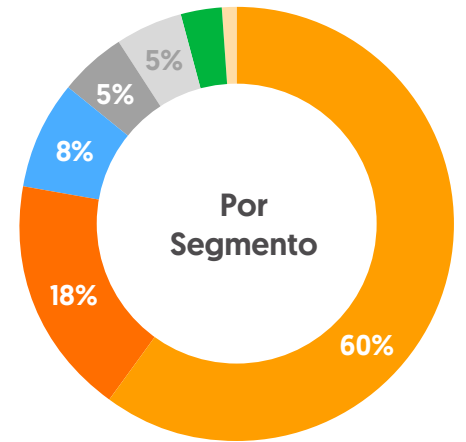
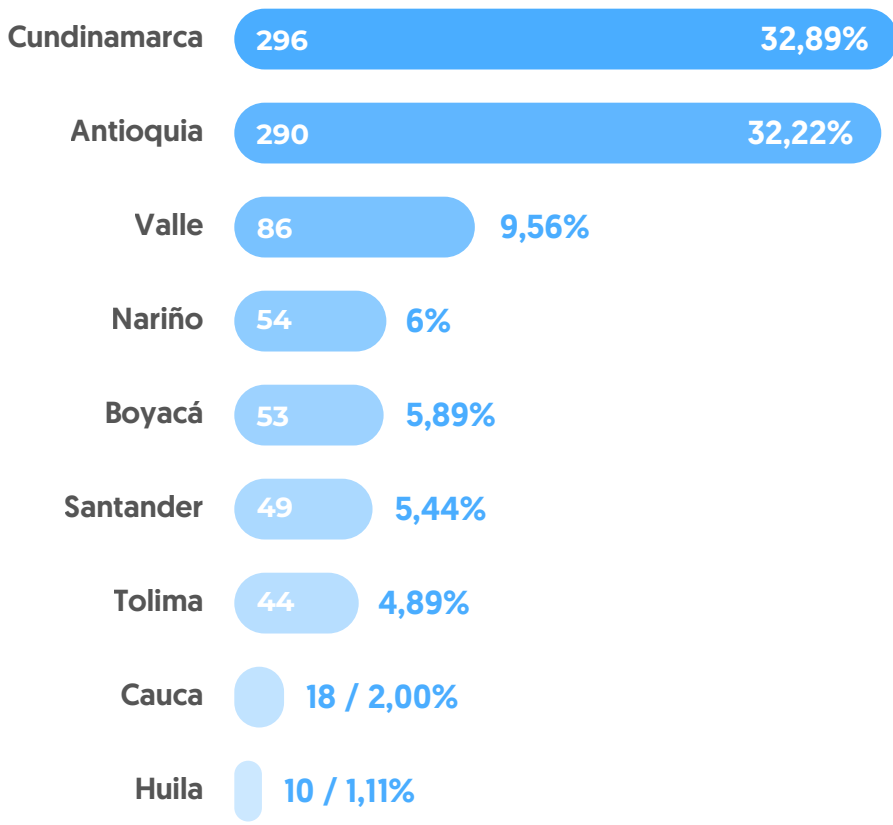
JMC	204	22,67%
FOTON	188	20,89%
JAC	146	16,22%
CHEVROLET	138	15,33%
DONGFENG	73	8,11%
RENAULT	37	4,11%
OTROS	114	15,67%



**Yovany Molano**  
Transportador  
Tunja, Boyacá  
CARGA UNI2

**Movilidad productiva que transforma vidas.**

Por Departamento



- Camión Liviano
- Vans
- SUV
- Camión Mediano
- Minitruck
- Pickup
- Camión Pesado



**Darwin Quenguan**  
 Agricultor  
 Ipiales, Nariño  
 CARGA UNI2

## Trabajo Comercial, Sinergias y Digital

En 2025 las áreas de Mercadeo y Comercial trabajaron bajo una premisa clara: crecer rentablemente.

Cada activación, pauta o alianza fue evaluada bajo su impacto en colocación, calidad y sostenibilidad.

### Estrategia

Cada acción evaluada bajo impacto en colocación, calidad y sostenibilidad.

### Exposición

Presencia en Salón del Automóvil, Feria Mundo Mujer, eventos de zona.

### Territorio

Vitrinas, concesionarios y fortalecimiento de aliados en cada región.



## Fortalecimiento Aliados UNI2

La red de aliados se convierte en nuestro principal canal de expansión y captación eficiente.

	2.810 Asesores	1.089 Aliados
UNI2 MOTO	2.162	855
UNI2 CARGA	503	153
UNI2 CAMPO	145	81

## Onboarding Digital

2.810 Usuarios - 1.089 Aliados - 504 Municipios

Moto



Carga



Campo



Nuestros canales digitales dejaron de ser netamente institucionales para convertirse en un espacio de relacionamiento y apoyo comercial.

**Resultados:**



**+100%**

Interacciones en Instagram (2.607)



**+50%**

Visualizaciones en YouTube



**+1.926**

Seguidores en nuestras redes sociales



**49.784**

Leads en WhatsApp



**20.713**

Interacciones por chat



**17.748**

Interacciones por correo



**9.094**

Interacciones por llamada

**\$60 MM+**

En beneficios a clientes y aliados

**255**

Asesores premiados

**95**

Clientes beneficiados con bonos y descuentos



UNI2  
MICROCRÉDITO

UNI2  
MICROCRÉDITO

## Banca Seguros UNI2

En UNI2 transformamos nuestro programa de seguros, migrando a una herramienta estratégica de gestión de riesgos, ampliando coberturas, optimizando procesos e innovando en productos para proteger a nuestros clientes y mantener una cartera sana y estable frente a eventos inesperados con el respaldo de aseguradoras especializadas.



## Nuevos Productos

Diseñadas para responder a las realidades económicas de nuestros clientes:



**AGRO  
PROTEGIDO**

**445 Desembolsos**

**Seguro Agro** con pago mensual, ampliando la cobertura frente a riesgos climáticos y eventos que impactan la productividad.

**Coberturas destacadas:**

- Erupción
- Inundación
- Avalancha
- Sequía
- Incendio
- Granizo
- Deslizamientos
- Vientos
- Heladas
- Exceso de Lluvias



**PROTEGI2**

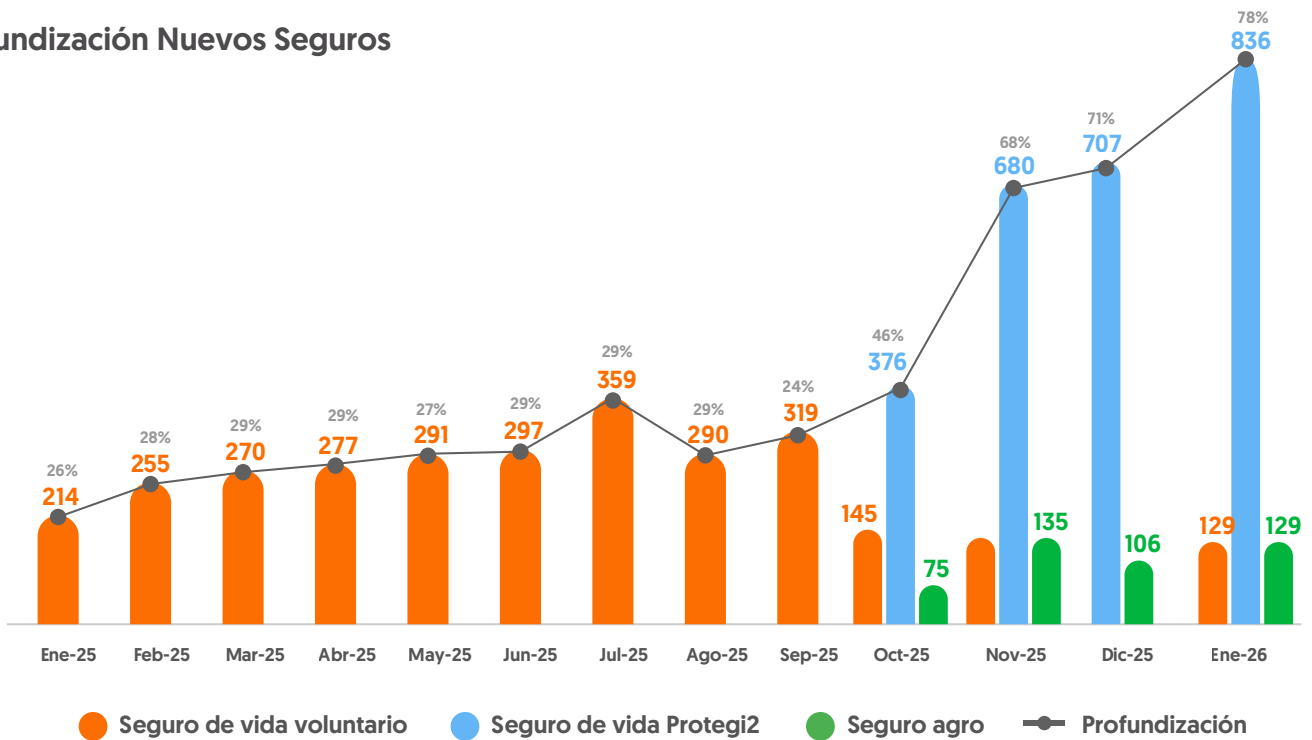
**2.608 Desembolsos**

**Póliza de Vida** con financiación de prima, facilitando el acceso a la protección sin afectar el flujo de caja inmediato.

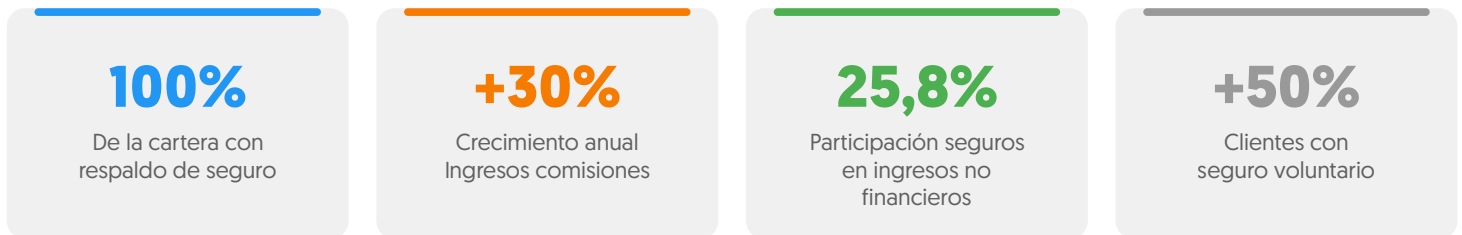
**Coberturas destacadas:**

- Muerte por cualquier causa (sin declaración)
- Invalidez o pérdida por accidente o enfermedad
- Cubre preexistencias
- Renta diaria por hospitalización y post-hospitalización

## Profundización Nuevos Seguros



## Hitos Profundización



## Indemnizaciones

**2.200MM**

Pagados en siniestros por la aseguradora en el 2025



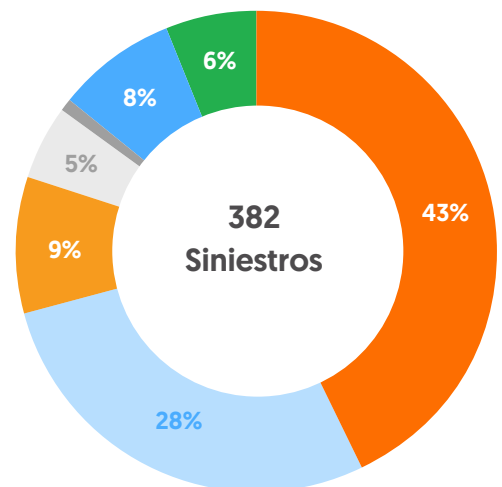
**Siniestros Totales**

**382**



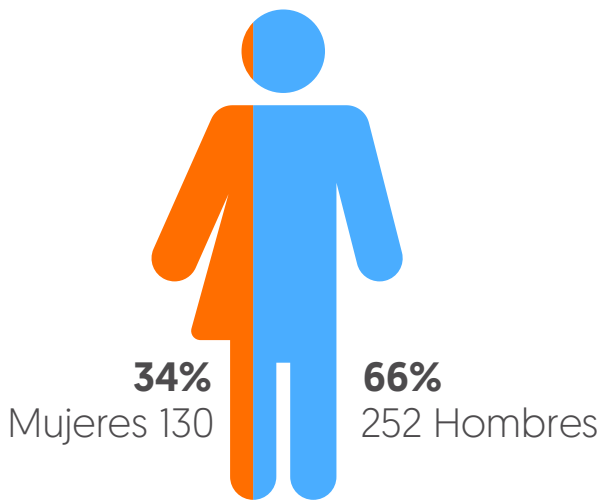
**Siniestralidad Bruta+**

**50%**

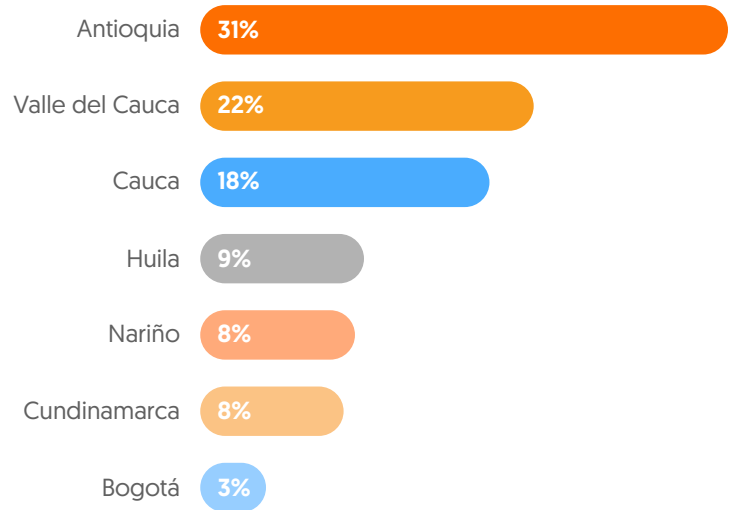


- Responsabilidad Civil
- Hurto
- Fallecimiento
- Pérdidas Parciales
- Invalidez
- Renta por hospitalización
- Pérdidas Totales

### Clientes beneficiados por género



### Coberturas efectivas por región



Mas de 153 créditos cancelados o cuotas cubiertas gracias a las pólizas.

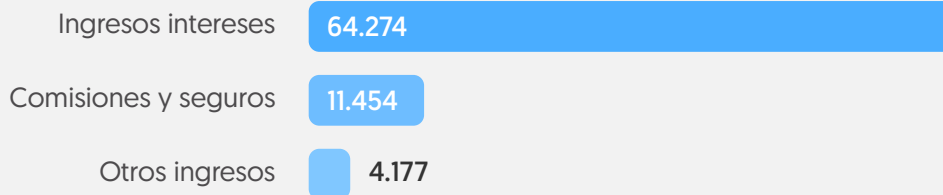




# 05. Gestión Financiera

Al cierre del año 2025, en UNI2 generamos un valor económico total de \$79.906 millones, lo que representa un crecimiento del 26% frente al año anterior. De este monto, el 85,8% fue distribuido a los diferentes grupos de interés.

## Valor económico generado

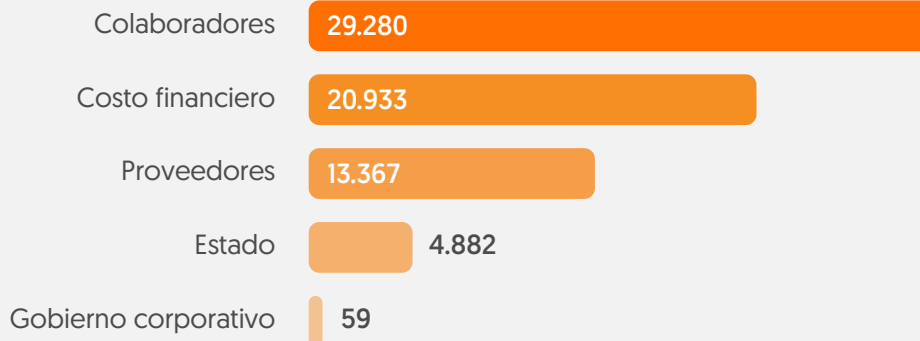


100%

Valor económico  
generado

**79.906 MM**

## Valor económico distribuido



85,8%

Valor económico  
distribuido

**68.522 MM**

**85,8% del valor generado**

## Valor económico retenido



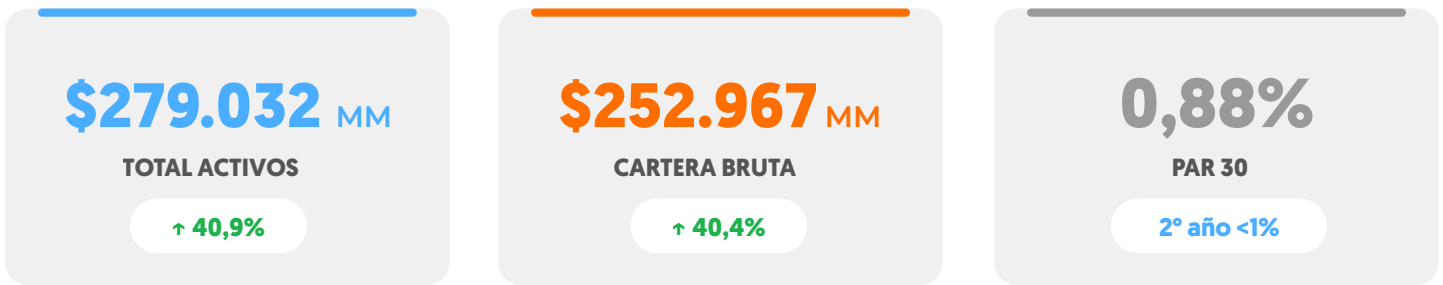
14,2%

Valor económico  
retenido

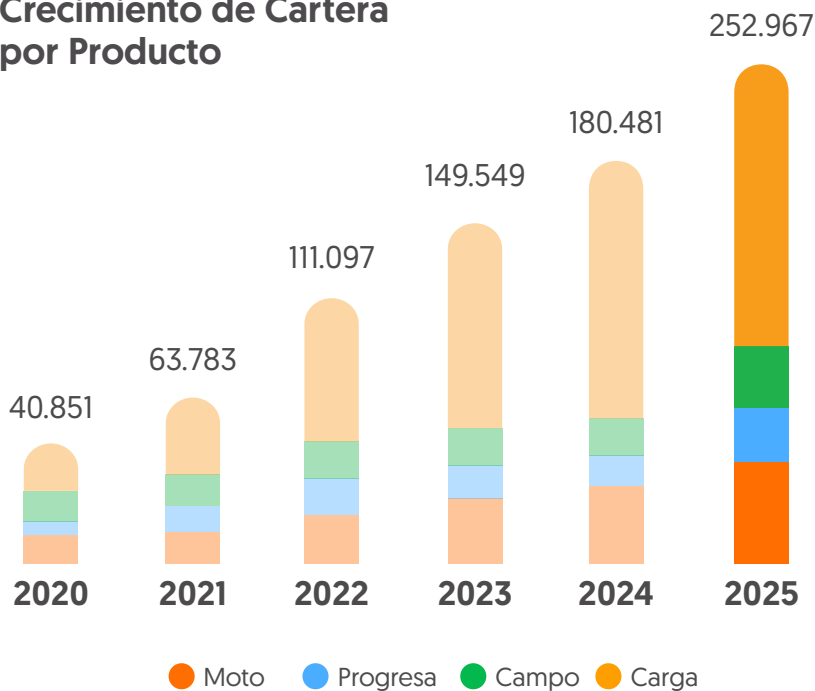
**11.384 MM**

**14,2% del valor generado**

En 2025, el total de activos alcanzó \$279.032 millones, lo que representa un crecimiento del 40,9% frente a 2024.

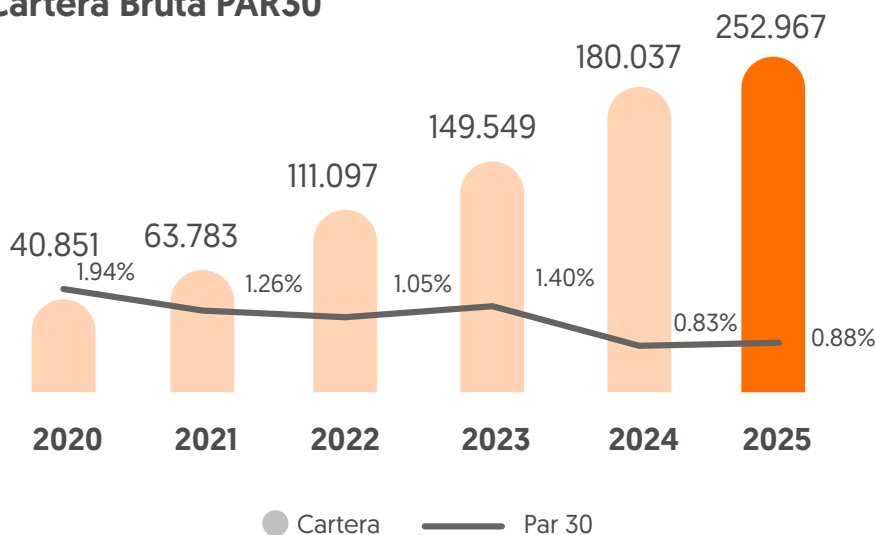


### Crecimiento de Cartera por Producto

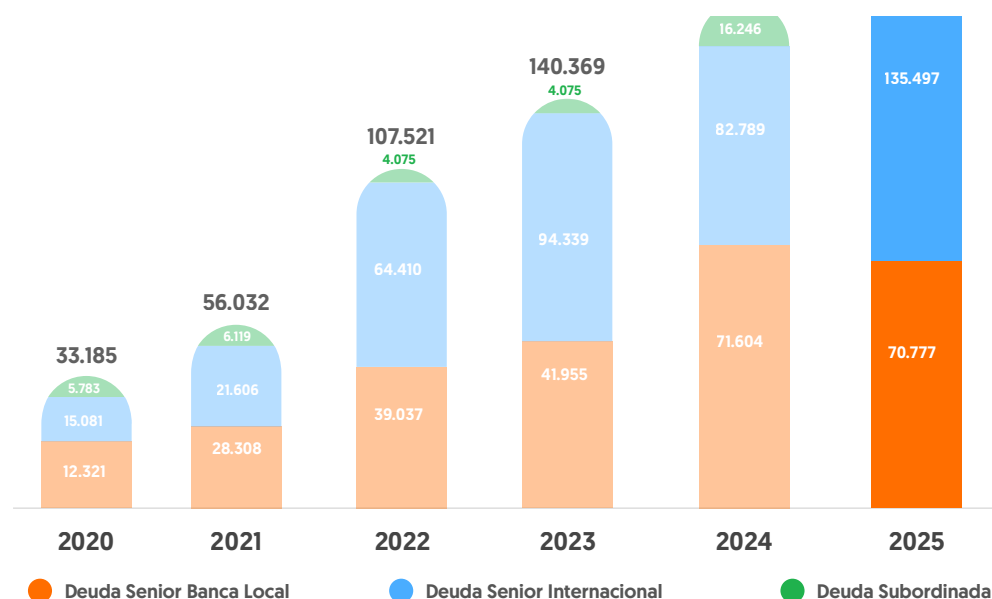


La cartera de crédito bruta creció 40,4%, alcanzando \$252.967 millones, el mayor crecimiento se presentó en el producto de Carga [46,2%], seguido de Moto [42,6%] y Campo [15,8%].

### Cartera Bruta PAR30



En cuanto a la calidad del portafolio, alcanzamos un PAR 30 de 0,88%, manteniendo por segundo año consecutivo el indicador por debajo del 1%.



## Pasivos

Obligaciones Financieras 91,8%

Otros 8,2%

Pasivos Totales

**\$237.092 MM**

+31,5% vs. 2024

Cupos Banca Local

**\$122.800 MM**

+31,5% vs. 2024

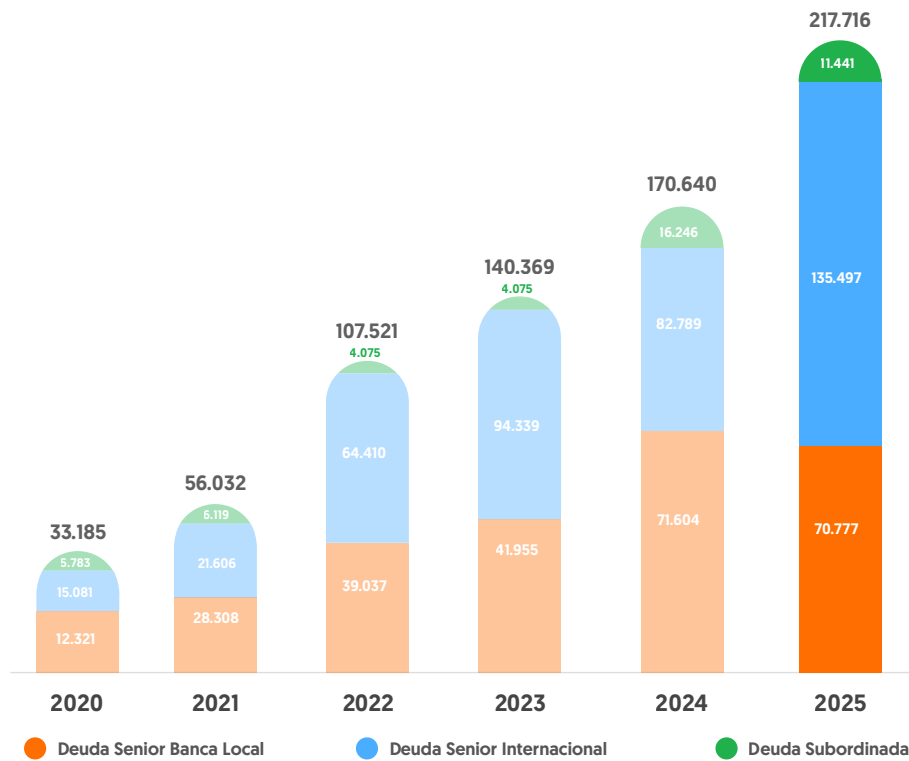
Deuda Senior Internacional: \$85.726 MM desembolsados

Los pasivos de nuestra organización crecieron un 31,5% frente al año anterior, alcanzando \$237.092 millones, las obligaciones financieras representaron el 91,8% del total, con un incremento del 27,6%, frente al año anterior.

Los cupos de crédito con la banca local se incrementaron en \$36.800 millones, alcanzando un total de \$122.800 millones.

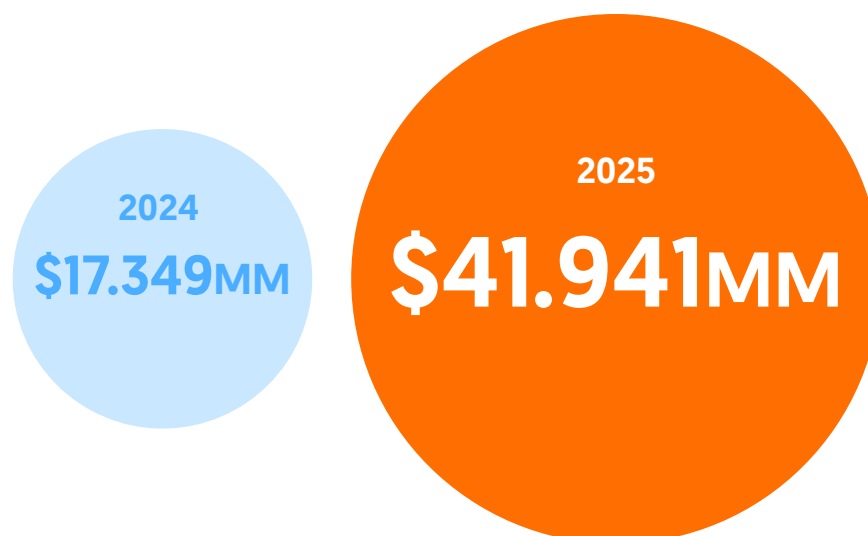
En 2025 se recibieron desembolsos de Deuda Senior Internacional por \$85.726 millones.

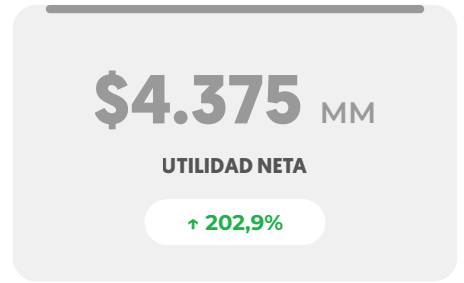
## Obligaciones Financieras



Nuestro patrimonio cerró en \$41.941 millones, con un crecimiento del 141,7% frente al año anterior. El incremento se debió principalmente por una inversión por \$20.159 millones de Fundación Mundo Mujer y al incremento de la utilidad, que alcanzó \$4.375 millones, lo que permitió fortalecer de manera significativa la estructura patrimonial y respaldar la estrategia de crecimiento.

## Patrimonio



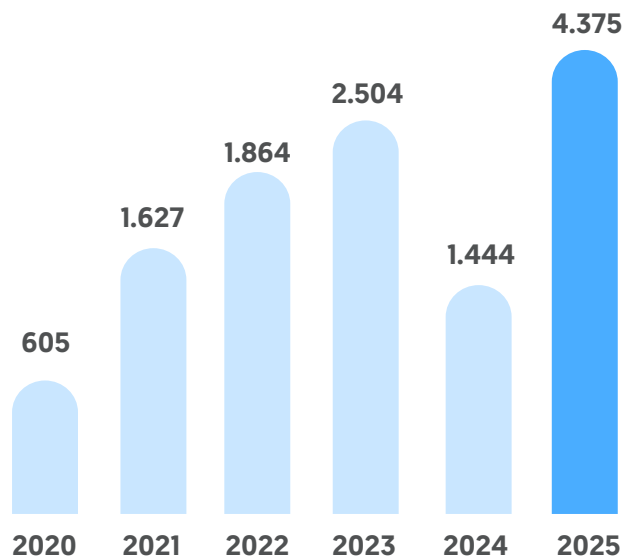


### Total ingresos



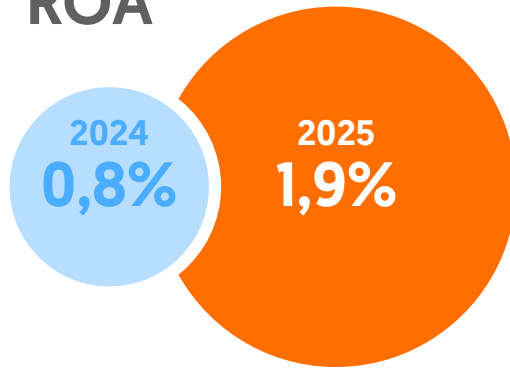
Los ingresos financieros alcanzaron un crecimiento del 27,1% frente al año anterior, debido principalmente por el incremento de desembolsos y de cartera.

### Utilidad



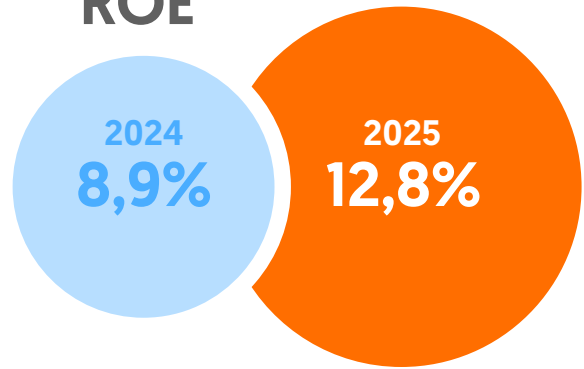
La utilidad al cierre de 2025 ascendió a \$4.375 millones, lo que representa un crecimiento del 202,9% frente al año anterior.

## ROA



Valor anual: 135,4%

## ROE



Valor anual: 43,6%



## Aliados Financieros Nacionales



## Aliados Internacionales



### kiva Impacto 2025

**3.961**

Clientes financiados a través de KIVA

**\$10.513** MM

COP Desembolsados

**30,2%**

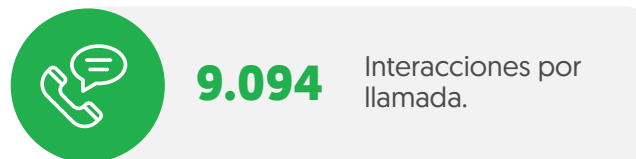
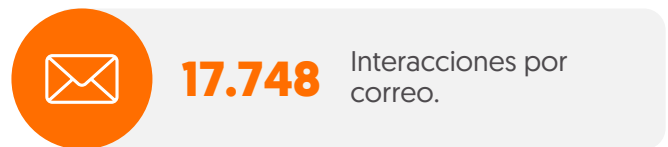
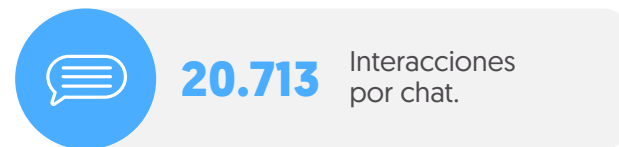
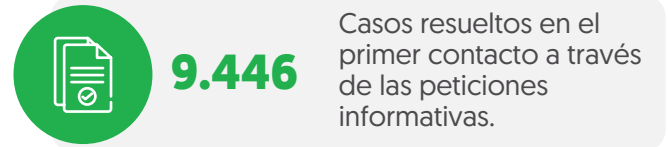
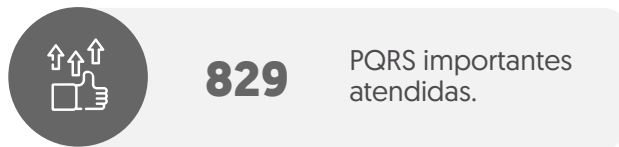
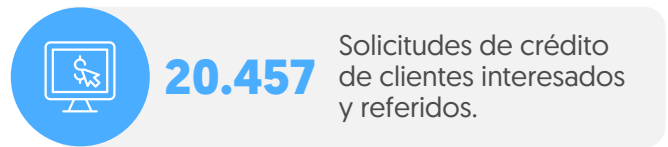
De los clientes UNI2 financiados vía crowdfunding

30,2% clientes KIVA

1.537 Créditos en Territorios PDET/ZOMAC

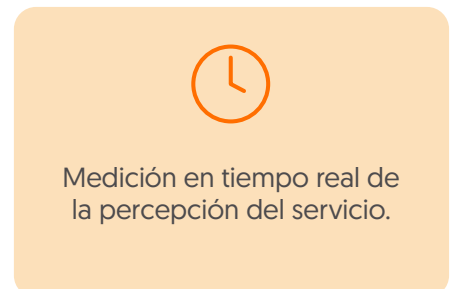
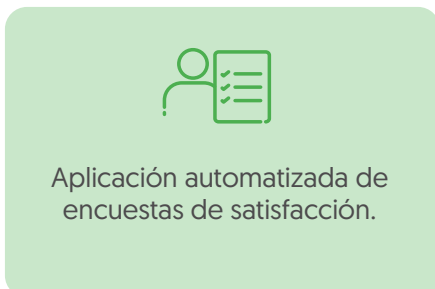
# 06. Servicio al Cliente y Autogestión

Durante 2025, Servicio al Cliente se enfocó en mejorar la calidad de atención mediante un modelo más ágil y basado en datos, incorporando tecnología, analítica avanzada e inteligencia artificial para optimizar tiempos de respuesta y personalizar la experiencia del cliente.



## Inteligencia Artificial (IA):

Optimizamos la experiencia del usuario utilizando herramientas con Inteligencia Artificial con el fin de agilizar los tiempos de respuesta y fortalecer los procesos integrales de crédito.



## Encuestas de Satisfacción

En el 2025 aplicamos 1.141 encuestas efectivas a nuestros clientes, con el objetivo de medir su percepción y buscar fortalecer en nuestro servicio.



Nivel de satisfacción

90%

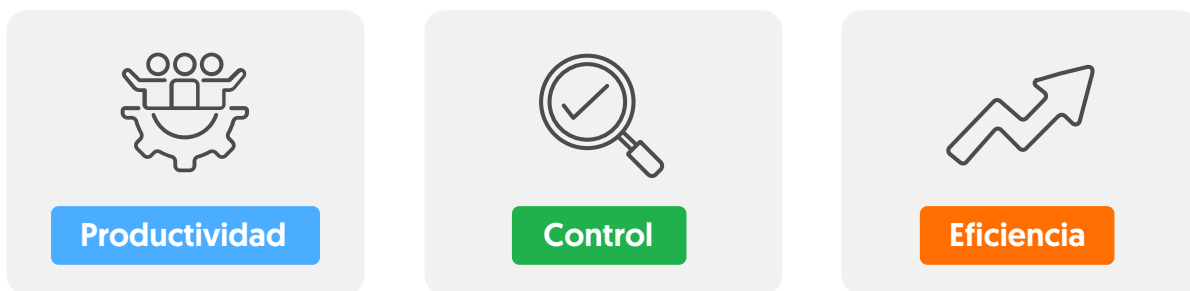


# 07. Gestión de Riesgos

En UNI2, la gestión del riesgo se consolida como un habilitador estratégico del crecimiento sostenible, integrándose de manera transversal a nuestra operación y la toma de decisiones.

Bajo esta mirada fortalecimos un modelo basado en analítica avanzada, automatización e inteligencia artificial, que nos permite anticipar, identificar y mitigar riesgos de forma más ágil y precisa.

## Nuestra gestión se soporta en tres pilares clave



A través de este modelo consolidamos un ecosistema robusto que garantiza el cumplimiento normativo, la transparencia y la seguridad de la información.

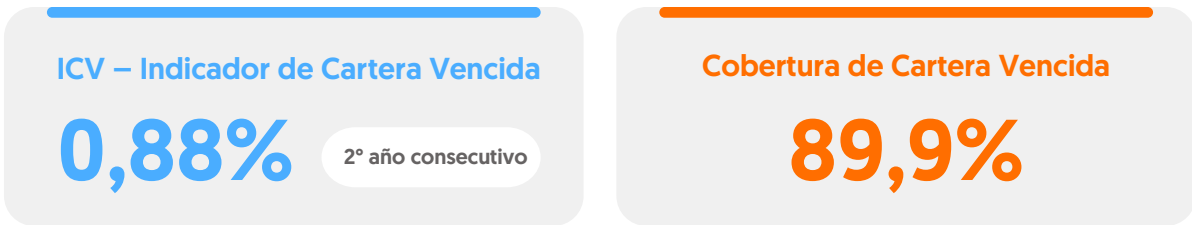
## Herramientas de control de riesgos



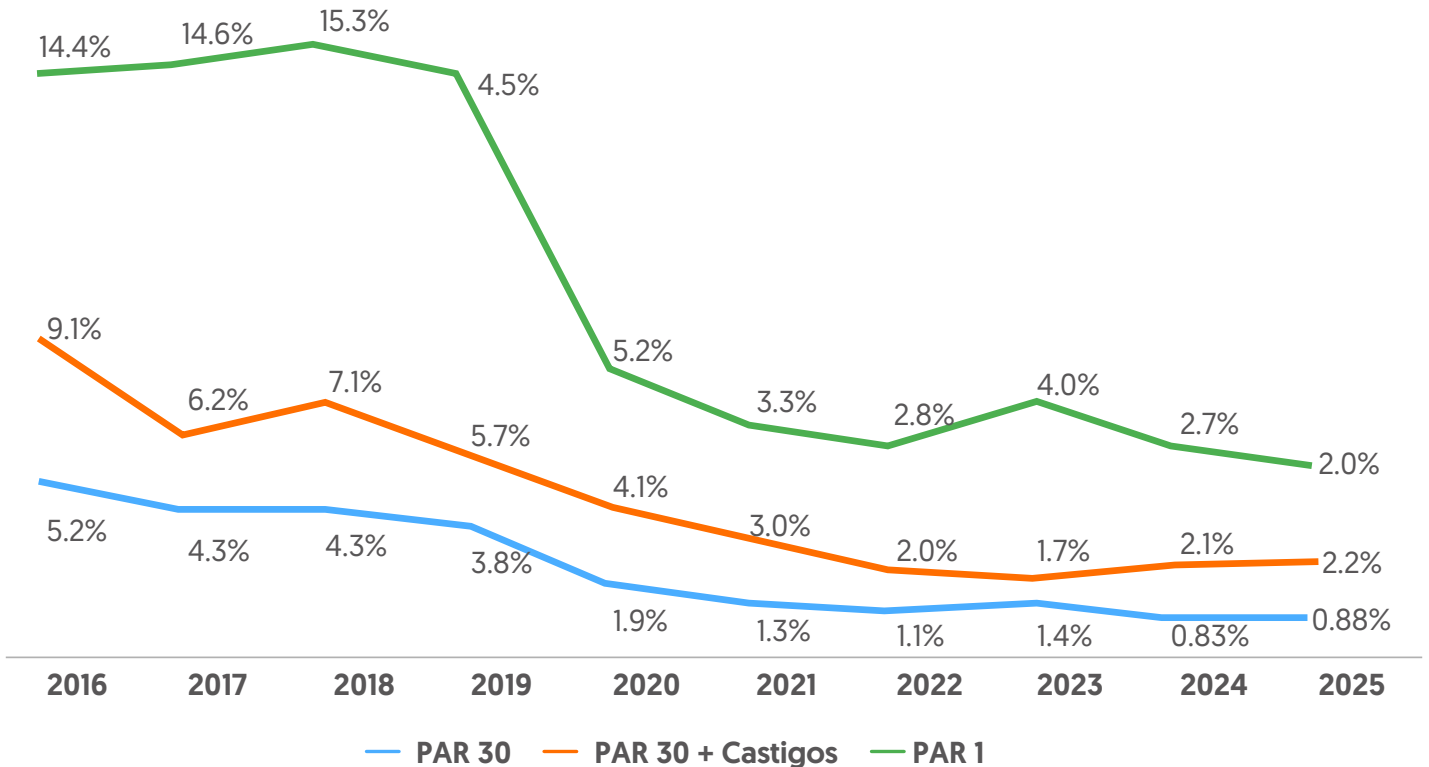
## SARC

En UNI2, la gestión del riesgo de crédito se consolida como un eje estratégico que permea todas las etapas del ciclo crediticio. Este enfoque nos permitió cerrar 2025 con un indicador de cartera vencida del **0,88%**, reflejando la solidez y efectividad del modelo.

Durante este periodo, la estrategia de riesgo de crédito evolucionó hacia un enfoque de optimización continua, apalancado en analítica avanzada, fortalecimiento de políticas y el uso de herramientas tecnológicas especializadas en microcrédito con el fin de mejorar la originación, seguimiento y mitigación del riesgo.



### Calidad de Cartera UNI2



## SAGRILAFT

La gestión del SAGRILAFT tuvo como eje central el fortalecimiento del sistema de prevención del riesgo LA/FT/FPADM, mediante la revisión del manual, la actualización de la matriz de riesgos, la aplicación de debida diligencia a contrapartes y el monitoreo permanente de operaciones y perfiles de riesgo:

### Resultados:



Revisión y validación del **Manual SAGRILAFT**, confirmando la solidez de sus políticas y controles.



Aplicación de **debida diligencia a proveedores, aliados, clientes y empleados**, con consultas en listas restrictivas.



Evaluación de **233 clientes con antecedentes conexos**, aplicando debida diligencia reforzada.



Desarrollo de **capacitaciones e inducciones en SAGRILAFT** para fortalecer la cultura de cumplimiento.



Análisis de **solicitudes de crédito de clientes PEP**, aplicando controles reforzados de riesgo.



Presentación de **reportes de ausencia de operaciones sospechosas (AOS) ante la UIAF** en los plazos establecidos.

## SARO

Avanzamos en el fortalecimiento del Sistema Integral de Protección de Datos Personales mediante acciones orientadas al cumplimiento normativo, la gestión preventiva del riesgo y la integración de la privacidad en los procesos estratégicos.

Estas iniciativas consolidaron nuestro compromiso institucional con la seguridad de la información de nuestros clientes, colaboradores y aliados.



Implementación y mantenimiento del Manual SARO como herramienta de gestión del riesgo operativo.



Desarrollo de matrices de riesgo operativo en procesos clave de la organización.



Identificación y valoración de 5 riesgos operativos dentro del modelo de gestión.



Implementación de formatos y mecanismos de reporte de eventos de riesgo operativo.



Monitoreo permanente de los procesos sin registro de eventos materializados de riesgo operativo durante el periodo.



Fortalecimiento de la cultura de riesgo mediante capacitaciones e inducción institucional.



## Protección de Datos

Avanzamos en el fortalecimiento del Sistema Integral de Protección de Datos Personales mediante acciones orientadas al cumplimiento normativo, la gestión preventiva del riesgo y la integración de la privacidad en los procesos estratégicos.



### Fortalecimiento Normativo

- Actualización de políticas y procedimientos internos.
- Ajustes contractuales con proveedores y terceros.
- Revisión de las autorizaciones y avisos de privacidad.



### Cultura y Prevención

- Sensibilización continua en buenas prácticas de protección de datos.
- Fortalecimiento de la confidencialidad y uso responsable de la información.
- Consolidación de una cultura organizacional orientada a la privacidad.



### Privacidad e Innovación IA

- Realización de Evaluación de Impacto de Privacidad para herramienta basada en inteligencia artificial.
- Identificación de riesgos derivados al tratamiento. Definición e implementación de medidas de mitigación.

## Resultado Institucional:



Innovación Responsable



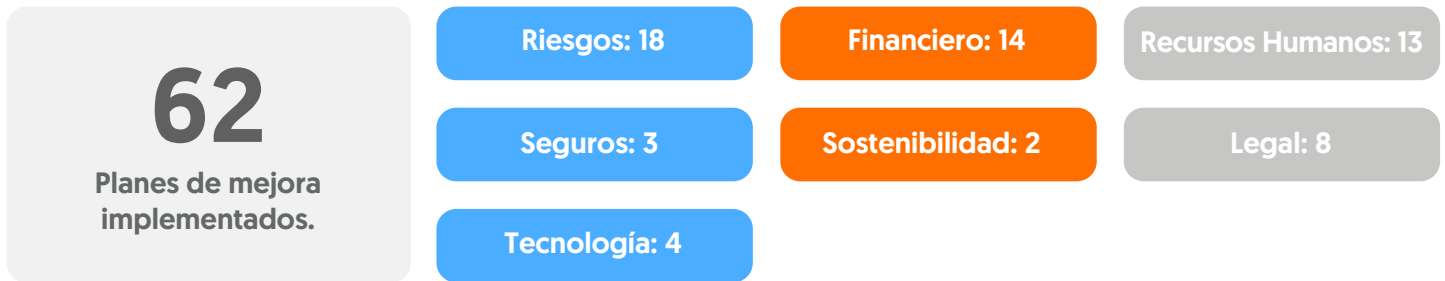
Cultura en Privacidad



Gobierno de Datos

## Dirección Jurídica

Durante 2025, la Dirección Jurídica lideró la adopción de mejores prácticas del Grupo Empresarial Mundo Mujer, articulando con los equipos internos la implementación de planes de mejora en distintos procesos de la organización.



## Fortalecimiento del Gobierno Corporativo

Se desarrollaron y actualizaron los principales instrumentos normativos internos que regulan la estructura, funcionamiento y toma de decisiones de la organización y sus órganos de administración.

- Código de Buen Gobierno Corporativo
- Reglamento Interno de Junta Directiva
- Reglamento del Comité de Riesgos
- Reglamento del Comité de Auditoría Interna
- Reglamento del Comité de Liderazgo, Cultura, Nombramiento y Remuneración

## Modelo de Interoperabilidad

Lideramos el ingreso de UNI2 al modelo de interoperabilidad del RUNT y el Servicio de Garantías Mobiliarias.

Mayor seguridad jurídica en las operaciones de crédito	Optimización de procesos operativos
Mejora en la gestión del riesgo crediticio.	Fortalecimiento de los mecanismos de recuperación de cartera

## Auditoría Interna

Durante el 2025, Auditoría Interna se enfocó en tres componentes estratégicos de revisión para garantizar la sostenibilidad metodológica, estratégica y financiera de UNI2.

### Auditorías Metodológicas (Visitas oficinas)

	2024	2025
 <b>Control interno*</b>	Táctico	Táctico
 <b>Cumplimiento Normativo**</b>	Cumple	Cumple
 <b>Gestión de Riesgos***</b>	Tolerable	Aceptable

### Auditorías Financieras y Administrativas

	2024	2025
 <b>Control interno*</b>	En Proceso	Táctico
 <b>Cumplimiento Normativo**</b>	Cumple	Cumple
 <b>Gestión de Riesgos***</b>	Aceptable	Aceptable

### Auditorías de Cumplimiento (Sistemas de Administración de riesgos)

	2024	2025
 <b>Control interno*</b>	En Proceso	Táctico
 <b>Cumplimiento Normativo**</b>	Cumple	Cumple
 <b>Gestión de Riesgos***</b>	Aceptable	Aceptable

\*Control Interno

Efectivo	4,1 - 5
Táctico	3,1 - 4
En Proceso	2,1 - 3
Crítico y Reactivo	1,0 - 2

\*\*Normativo

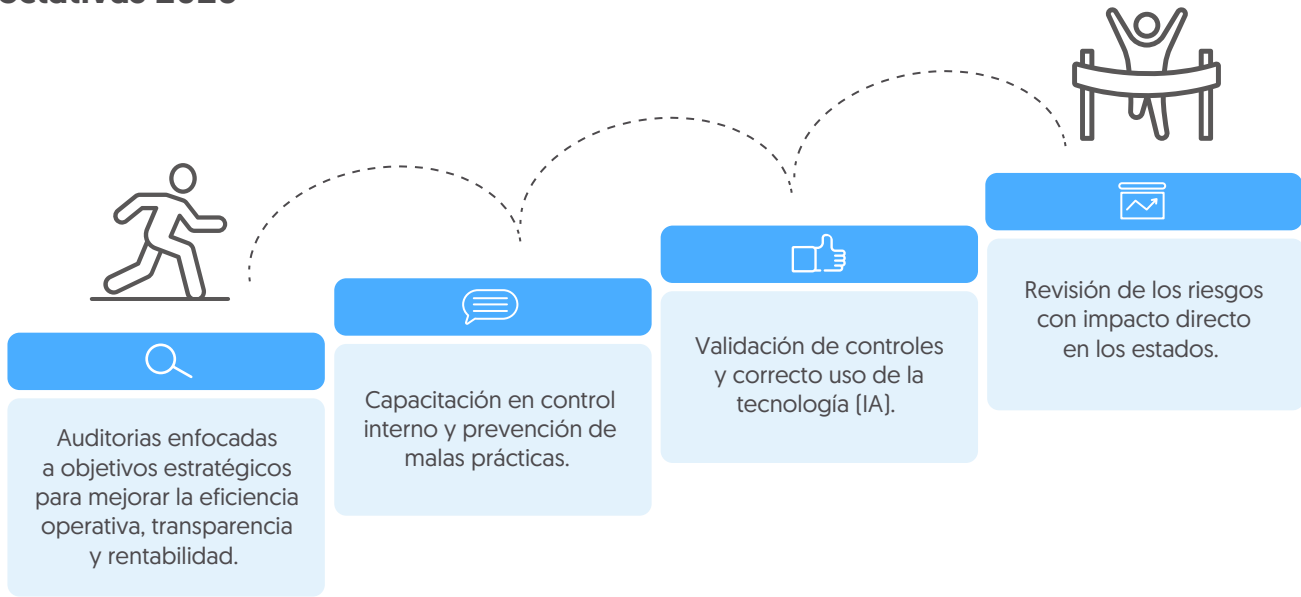
Cumple
No cumple

\*\*\*Riesgos

Aceptable
Tolerable
Alto
Extremo

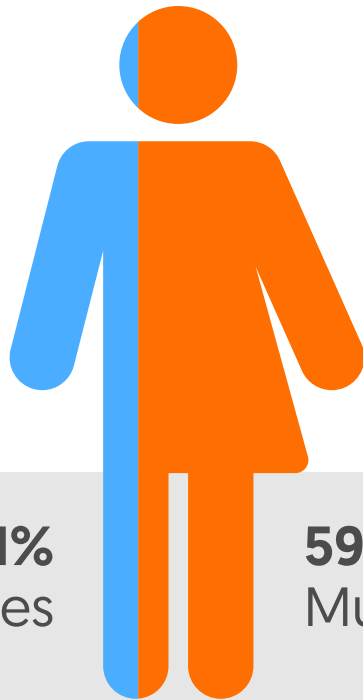
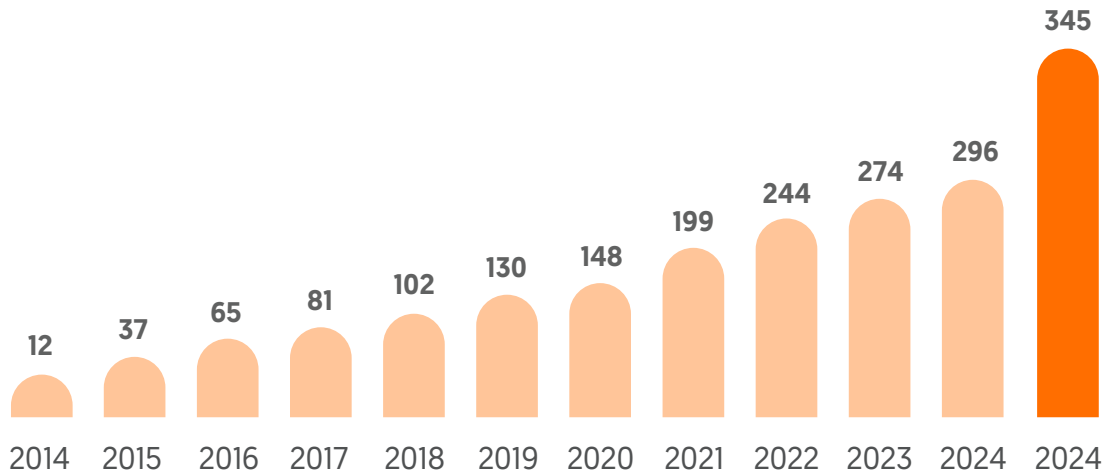
La auditoría interna evidenció avances importantes en sus tres ejes de revisión, con mejoras en diversos procesos que fortalecen el sistema de control interno.

## Expectativas 2026



# 08. Equipo UNI2

El 2025 trajo consigo una importante expansión para nuestra organización, llegando a nuevos departamentos y municipios con un equipo de alto desempeño y los más altos valores.



**41%**  
Hombres

**59%**  
Mujeres

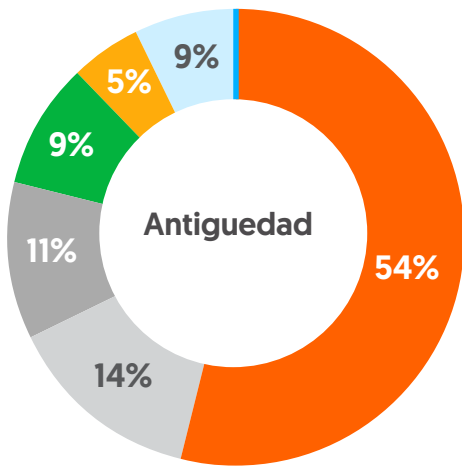
**66%** Mujeres en Cargos Directivos

**65%** Mujeres en Cargos Administrativos

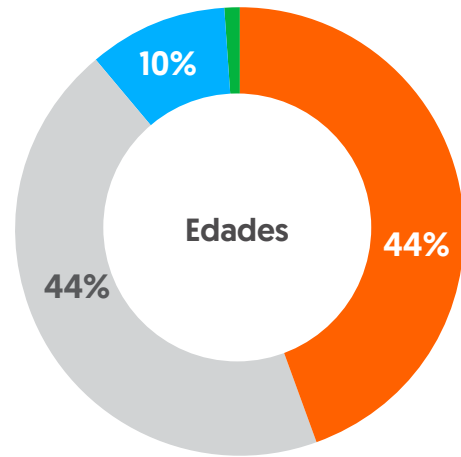
**57%** Mujeres en Equipo de Crédito

**¡Las mujeres son una palanca fundamental en el desarrollo de nuestra organización!**





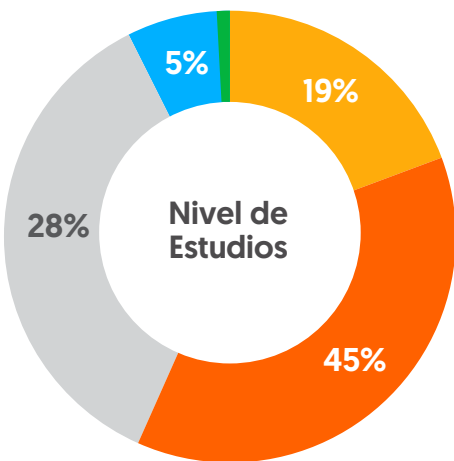
- -1 año
- 2-3 años
- 4-5 años
- 1-2 años
- 3-4 años
- +5 años



- 20-30
- 41-50
- -20
- 31-40
- +50

**Promedio de Edad UNI2: 32 años**

¡Continuamos abriendo oportunidades laborales para los jóvenes de nuestro país!



- Bachiller
- Profesional
- Maestría
- Técnico
- Posgrado
- Sin Estudios

1 de cada 5 colaboradores de UNI2 actualmente se encuentra terminando sus estudios



**154**  
Colaboradores  
fueron promovidos o  
cambiaron de nivel durante  
el 2025

## Prevención y mitigación de ausentismos

Durante el 2025 tuvimos una tasa de ausentismo general del 2.8% gracias a los diversos programas y actividades de prevención enfocadas en el bienestar de nuestros colaboradores.

### Actividades:

1. Campañas permanentes en la promoción de hábitos saludables

2. Jornadas de la salud UNI2

3. Campaña de comunicación asertiva en técnicas de prevención y mitigación de riesgos laborales

4. Exámenes médicos periódicos para todos los colaboradores

5. Realización de pausas activas

## Encuesta Clima Organizacional

**Población encuestada:** 295

**Participación:** 87%

**Meta:** 8.7

**Resultado:** 9.0



# ReconoSER

## Donde los valores medulares son los protagonistas

En el 2025 lanzamos el programa ReconoSer, un espacio diseñado para que cada equipo de trabajo reconozca y exalte la pasión de sus miembros en la implementación de nuestros valores medulares.

ReconoSer nace con el fin de resaltar a los miembros del equipo UNI2 quienes sienten los valores medulares de la organización con mayor fuerza y determinación.

A template for a 'ReconoSER' award certificate. It features a grey background with two black binder clips at the top. On the left is the 'UNI2 MICROCRÉDITO' logo. To the right, the word 'ReconoSER' is written in a large, bold, orange font, with 'Comportamiento del mes:' in a smaller black font below it. A dashed line separates the title from a grid of ten rounded rectangular boxes, arranged in two columns and five rows, intended for writing the recipient's name and details.

## Escuela de líderes UNI2

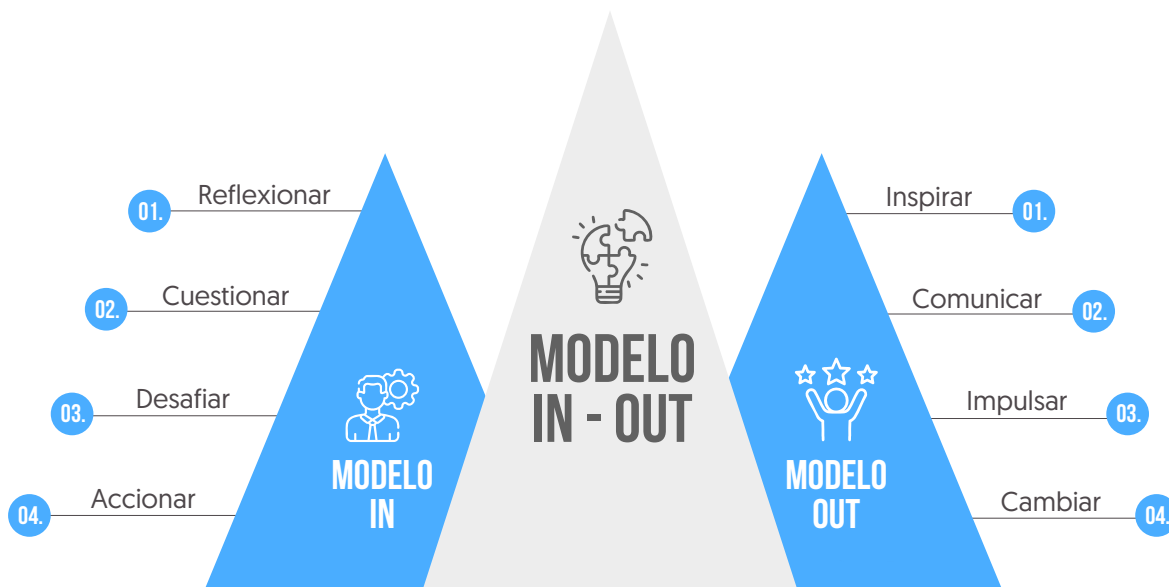
Iniciamos nuestra primera sesión de la escuela de líderes UNI2, un espacio para fortalecer y brindar herramientas que ayudarán a construir la mejor versión de nuestro equipo.

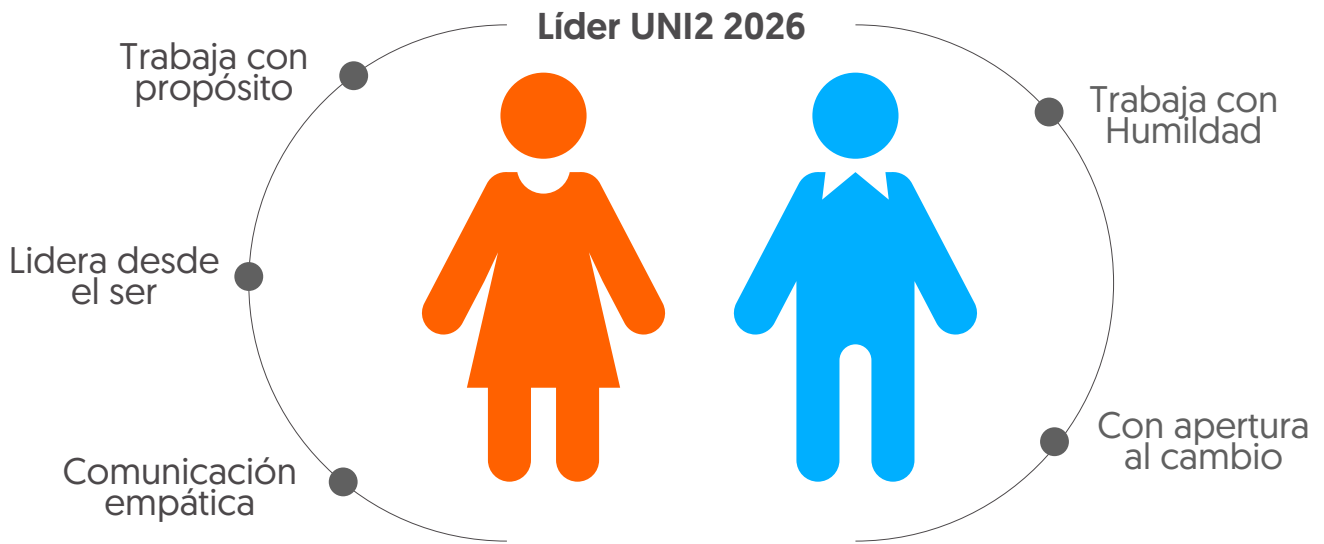


**Participación: 35 Directores, Jefes y Coordinadores a nivel nacional.**

Trabajamos con el Modelo IN - OUT creado a partir de más de 9.000 horas de coaching ejecutivo con más de 20 años de experiencia.

Acompañamiento basado en estrategias efectivas y contemporáneas de desarrollo que permite a los equipos movilizar su crecimiento y transformación real:





En UNI2 estamos convencidos que un liderazgo con propósito lleva su organización a otro nivel.



# 09. Sostenibilidad

## Visión Desarrollo Sostenible 2025



## Objetivos de Desarrollo Sostenible

Alineación estratégica con el crecimiento global responsable.



### 1. Fin de la Pobreza

**Meta 1.4:** garantizar para 2030 que todas las personas, especialmente las pobres y vulnerables, tengan igualdad de derechos a recursos económicos, servicios básicos, propiedad y control de la tierra, herencia, recursos naturales, nuevas tecnologías y servicios financieros, incluyendo microfinanzas

### Aporte UNI2 - 2025:

- UNI2 llegó a 20,034 clientes con un 98,8% de los clientes perteneciente a los estratos 0,1,2 y 3.
- Logramos una cartera de \$252,967 millones abriendo oportunidades de inclusión financiera a miles de microempresarios y trabajadores independientes.



## 2. Hambre Cero

**Meta 2.3:** Para 2030 duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los pequeños productores de alimentos, especialmente mujeres, pueblos indígenas, agricultores familiares, pastores y pescadores. Esto se logrará garantizando acceso seguro y equitativo a tierras, insumos, conocimientos, servicios financieros y mercados.

### Aporte UNI2 - 2025:

- Llegamos a más de 2,355 pequeños agricultores con desembolsos por \$7,455 millones.
- Atendimos más 395 municipios a nivel nacional con 200 municipios rurales y 95 zonas PDET/ ZOMAC, haciendo especial énfasis en fortalecer el ecosistema agrícola y empresarial de estas zonas.



## 5. Igualdad de Género

**Meta 5.a** Emprender reformas que den a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios financieros.

**5.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas.

### Aporte UNI2 - 2025:

- Fortalecimos nuestra política de no discriminación direccionada a evitar sesgos indirectos en nuestros procesos de contratación.
- Expandimos nuestra lista de exclusión alineados con el Global Gender-Smart Fund con el fin de incluir actividades que puedan ser discriminatorias para mujeres y niñas.



**Maria Mora**  
Agricultora  
Ipiates, Nariño.  
CARGA UNI2



### **8. Trabajo decente y Crecimiento Económico**

**8.2** Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.

#### **Aporte UNI2 - 2025:**

- Con el apoyo de Bancoldex, fortalecimos nuestra plataforma tecnológica con el fin de habilitar la firma digital del plan de pagos para nuestros clientes.



### **8. Trabajo decente y Crecimiento Económico**

**8.3** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas mediante el acceso a servicios financieros.

#### **Aporte UNI2 - 2025:**

- Atendimos a más de 191 microempresas formalizadas nivel nacional.
- Logramos ofrecer oportunidades de inclusión financiera a más de 2,985 clientes en situación de vulnerabilidad.
- Atendimos a más de 1.162 clientes en situación de pobreza y 481 en situación de pobreza extrema.



### **8. Trabajo decente y Crecimiento Económico**

**8.5** Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

#### **Aporte UNI2 - 2025:**

- En UNI2 terminamos el 2025 con 345 colaboradores de los cuales fueron contratados directamente por la organización y 4 a través de una empresa temporal.
- Fortalecimos nuestra plataforma virtual de capacitación en un 74% llegando a más de 341 usuarios activos quienes superaron las 700 horas de capacitación conjunta durante el 2025.



### 10. Reducción de las Desigualdades

**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión, situación económica u otra condición.

**Aporte UNI2 - 2025:**

- Actualizamos nuestra política de no discriminación y cumplimiento con el fin de ajustarnos a los nuevos lineamientos éticos y legales en el crecimiento de nuestra organización:

**Logramos importantes resultados en bienestar laboral gracias a los programas de SST:**

- 0 caso de enfermedades laborales
- 0 casos de acoso laboral
- 1 casos de enfermedades derivadas por estrés laboral
- 0 casos de accidentes mortales



### 13. Acción por el Clima

**13.1** Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países

**Aporte UNI2 - 2025:**

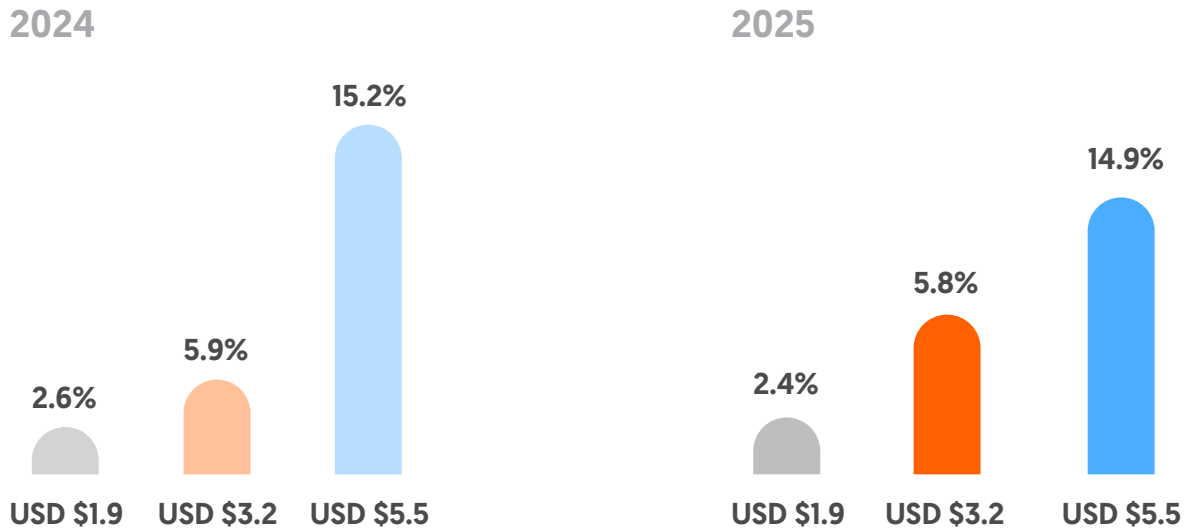
- Logramos una disminución del 17% en nuestra huella de carbono per cápita llegando a 1,08 TCO2 emitidas por cada uno de nuestros colaboradores.
- La disminución en la huella de carbono demuestra una importante optimización y tecnificación de nuestra operación, fortaleciendo nuestra productividad con menor consumo ambiental.

Alcance	Fuente de emisión	T CO2e	[%]
1	Consumo de combustibles en vehículos propios	257,05	69%
	Consumo de GLP	0,00	0%
	Emisiones FugitivasLP	0,00	0%
2	Consumo de energía eléctrica	15,50	4%
3	Viajes aéreos	15,03	4%
	Uso de materiales	74,50	20%
	Residuos	10,78	3%
	Construcciones	0,00	0%
<b>TOTAL</b>		<b>372,86</b>	<b>100%</b>

## Monitoreo y Evaluación de Pobreza

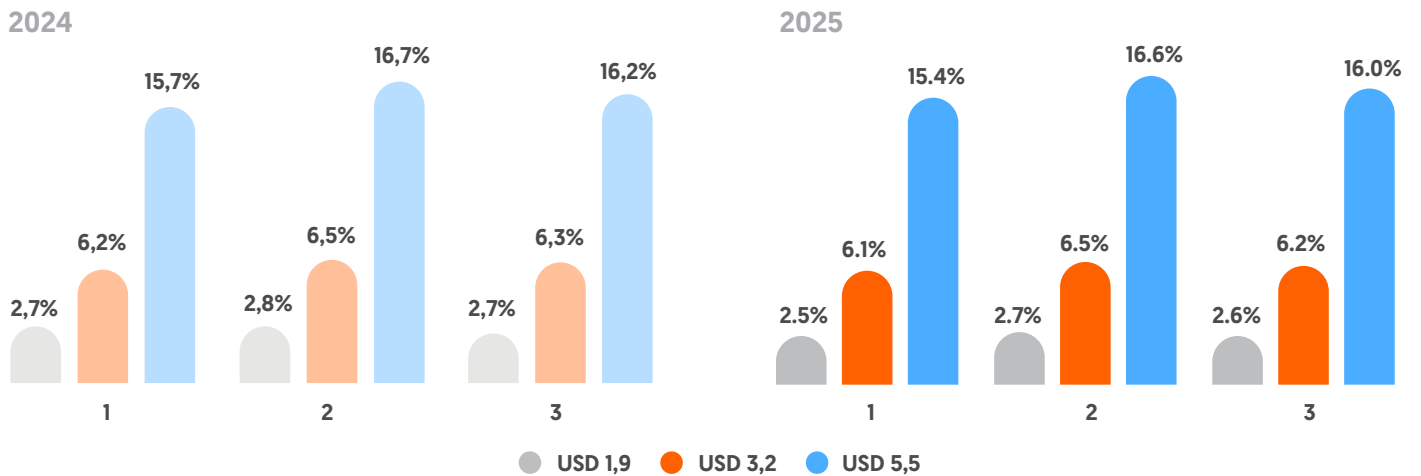
En UNI2 utilizamos la herramienta PPI (Poverty Probability Index) como eje central para medir la situación de vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema de todos nuestros clientes.

### Resultados PPI General



Durante el 2025 observamos una disminución en el porcentaje de clientes en situación de vulnerabilidad (USD \$5,5 diarios), pobreza (USD \$3,2 diarios) y pobreza extrema (USD \$1,9 diarios), demostrando una tendencia positiva frente en la segmentación de clientes y el impacto de nuestra colocación.

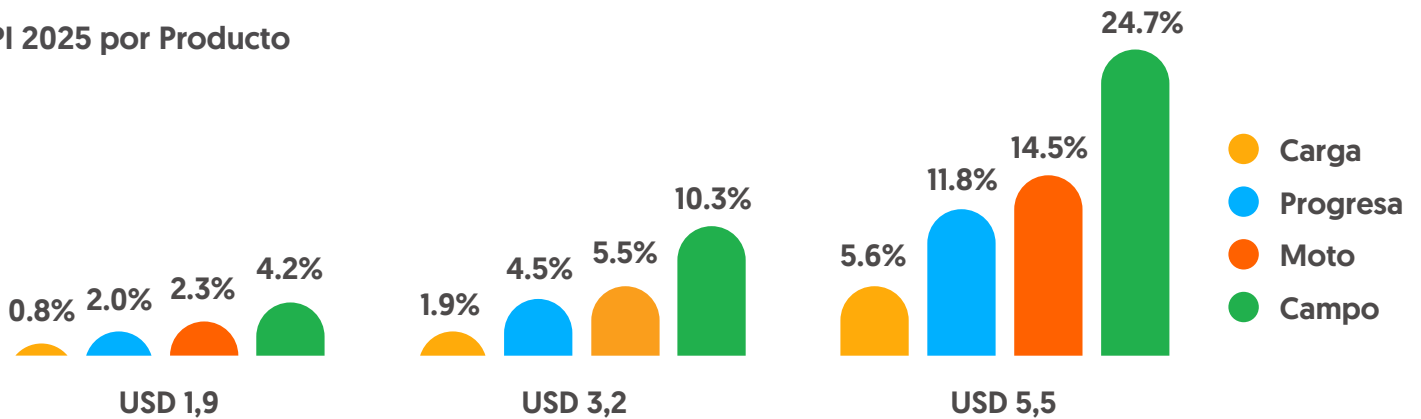
### PPI 2025 Por Crédito



Logramos una mayor estabilización en el impacto de nuestros clientes con más de un crédito, un importante paso en la mitigación del impacto frente a externalidades económicas que han venido afectando a nuestros clientes durante los últimos años.

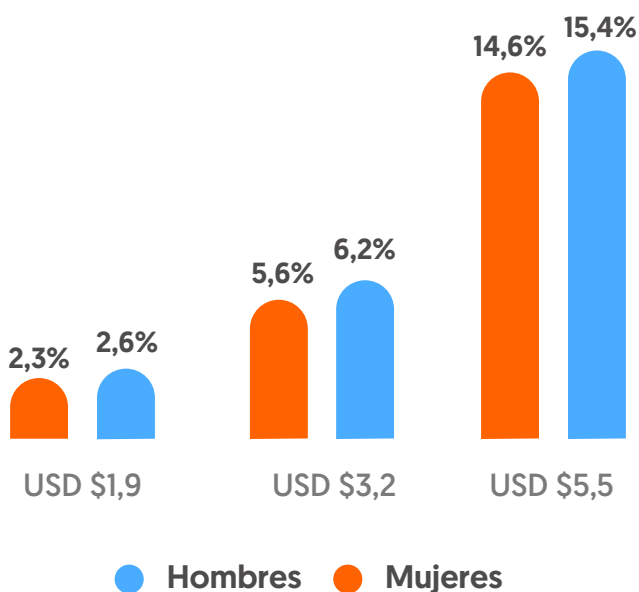
Logramos una mayor estabilización en el impacto de nuestros clientes con más de un crédito, un importante paso en la mitigación del impacto frente a externalidades económicas que han venido afectando a nuestros clientes durante los últimos años.

### PPI 2025 por Producto



Para 2025 los niveles de vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema disminuyeron en todos los productos, destacándose Campo con una reducción superior a 2 puntos porcentuales. No obstante, Campo sigue presentando los indicadores más altos, lo que refuerza nuestro compromiso de llegar a esta población con mayor contundencia.

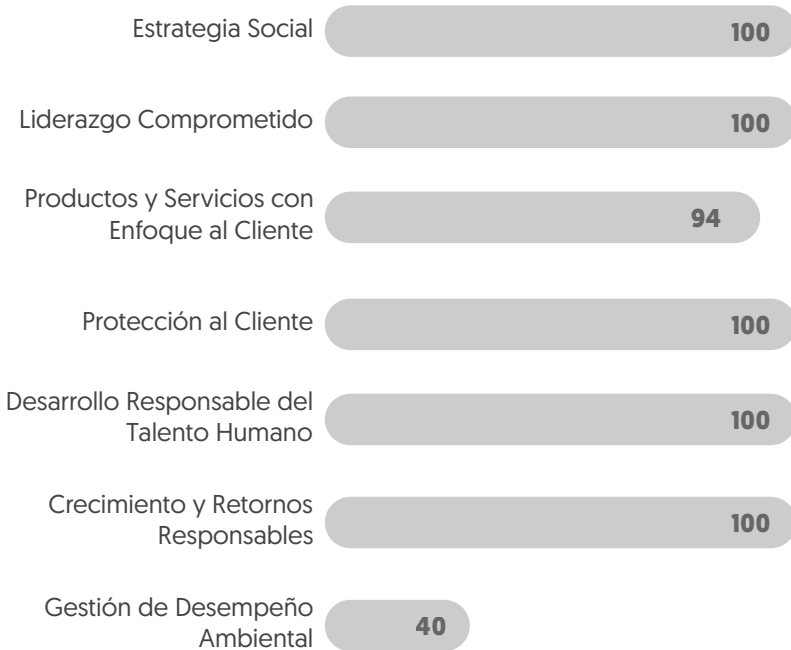
### PPI 2025 por Género



Las mujeres continúan demostrando una mayor resiliencia frente a los niveles de vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema. Un indicador trascendental para continuar fortaleciendo la inclusión financiera como herramienta en la reducción de desigualdades a nivel nacional.

## Social Performance Indicators 5 (SPI5)

En 2025 actualizamos la evaluación SPI5 —herramienta de auditoría de rendimiento social y ambiental para proveedores de servicios financieros— incorporando las nuevas iniciativas del año. El Score Global de 91% refleja un compromiso constante con la mejora continua en impacto social y sostenibilidad organizacional.



Score Global  
**91%**



**Roberto Arciniegas**  
Cría de Aves  
Bucaramanga, Santander  
CAMPO UNI2

# 10. Tecnología e Innovación

En 2025, fortalecimos la operación de UNI2 mediante la evolución de la plataforma tecnológica, la atención oportuna de requerimientos y la entrega controlada de mejoras e integraciones clave.

**50%**

**Crecimiento** en el Equipo de Tecnología.

**95%**

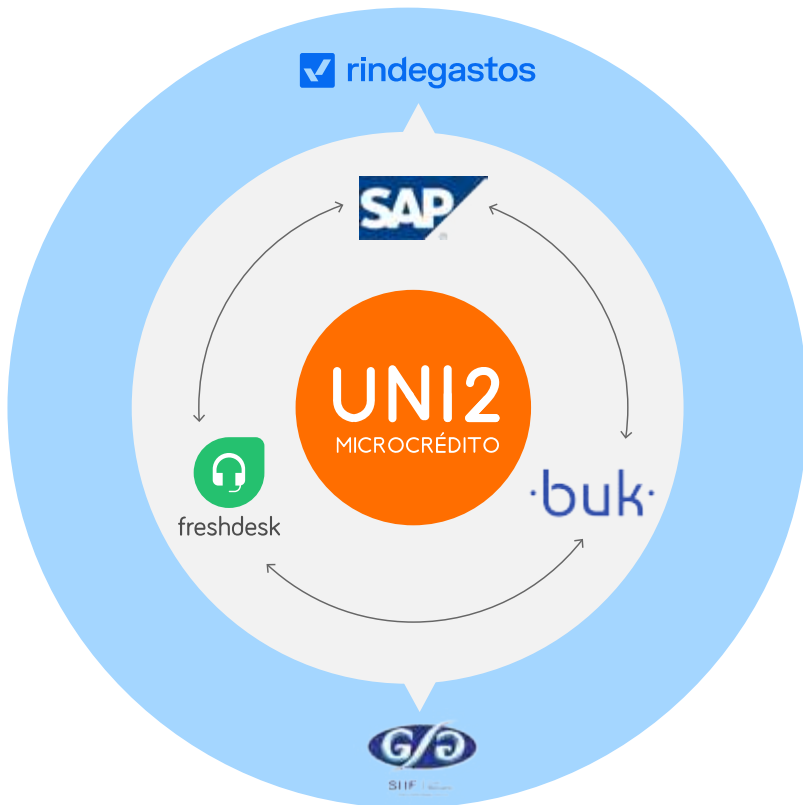
**De cumplimiento.** Nuestro equipo gestionó exitosamente más de 600 requerimientos de desarrollo de software.

**2**

**Macroproyectos** enfocados en mejorar la operación transversal de la organización.

## Ecosistema tecnológico

El ecosistema tecnológico de UNI2 continúa expandiéndose de manera constante, siempre con el propósito de optimizar y mejorar nuestros procesos internos



Esta evolución nos ha permitido integrarnos con Rindegastos y Buk, facilitando la gestión y mejorando la eficiencia operativa. Gracias a estas plataformas, logramos simplificar tareas complejas y ofrecer soluciones más ágiles a nuestro equipo.

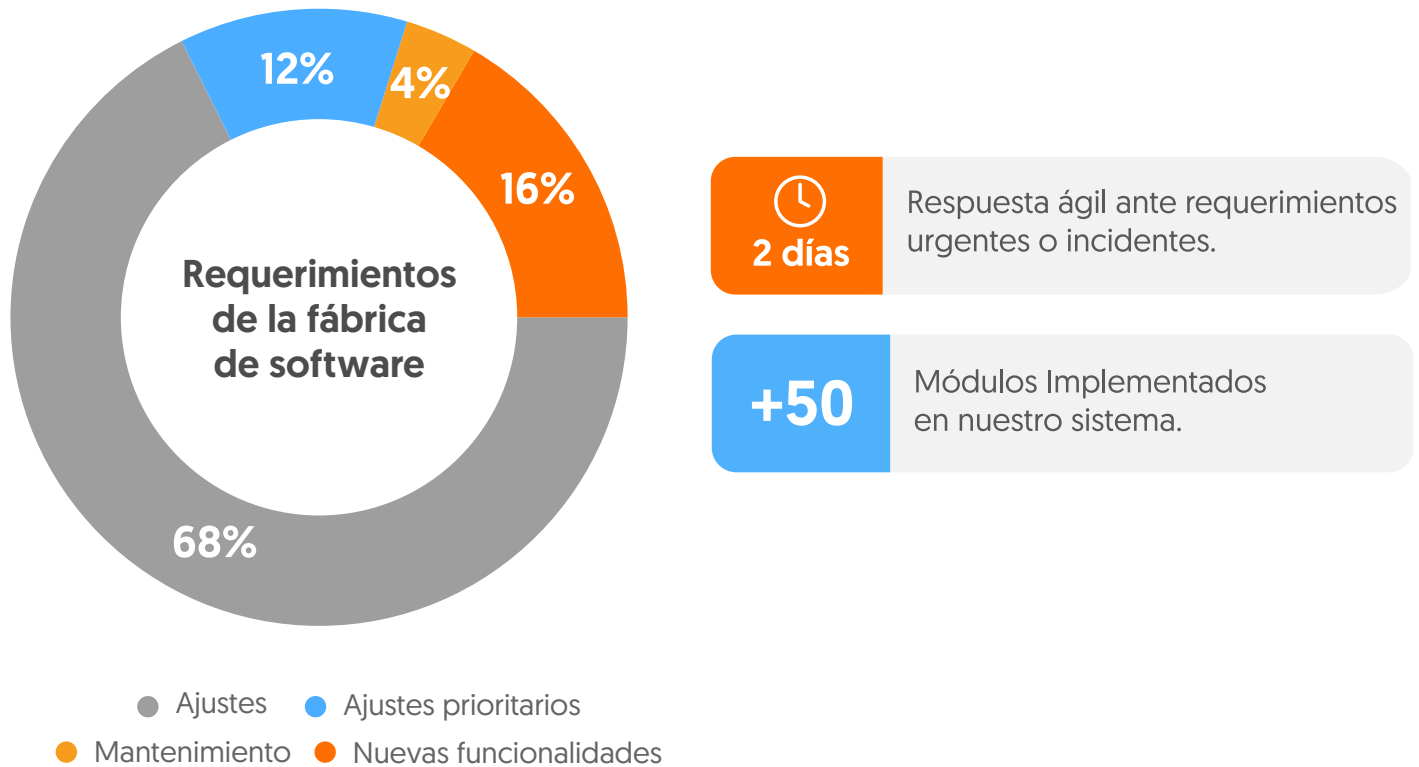
## Talento humano

El crecimiento de nuestro equipo responde a la necesidad de fortalecer tres pilares clave para la evolución tecnológica de la organización.



## Plataforma Tecnológica UNI2

Priorizamos estabilidad y mejora continua de la plataforma. La mayor parte del esfuerzo se concentró en ajustes y atención de incidentes para mantener la operación sin fricciones, complementado con iniciativas que consolidan nuevas funcionalidades de alto valor.



Estas fueron las funcionalidades clave, diseñadas por nuestro equipo, que aportan valor tangible a usuarios y clientes, mejorando su experiencia y facilitando sus tareas diarias.



**Firma Electrónica:** Firma de documentos 100% digital, integrada al flujo del crédito para una operación más ágil y auditable.



**Pagos con Wompi:** Habilitamos esta integración estratégica que amplía los medios de recaudo y mejora la experiencia de pago.



**Seguros:** Evolucionamos funcionalidades clave para fortalecer la gestión del portafolio, la operación y la reportería con mayor control.



**Factura Electrónica:** Emisión rápida y segura integrada con la DIAN, automatizando el proceso asegurando el cumplimiento y trazabilidad.

## Construcción del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETIC)

El PETIC es la hoja de ruta para alinear la tecnología con la estrategia corporativa. Este plan prioriza el fortalecimiento de la operación actual de TI y establece capacidades clave para responder con mayor oportunidad, control y escalabilidad a las necesidades del negocio.

Estos frentes concentran las prioridades tecnológicas que fortalecerán la operación, modernizarán el ecosistema tecnológico y habilitarán nuevas capacidades para el crecimiento.



### Gobierno y Control

- Consolidación del Gobierno de T.I
- Fortalecimiento de la
  - Ciberseguridad.
- Estandarización procesos de TI.



### Ecosistema Tecnológico

- Renovación de la infraestructura de UNI2.
- Actualización del Core bancario.
- Construcción arquitectura de datos.



### Modelo de Negocio

- Automatización de procesos críticos.
- Implementación de soluciones digitales orientadas a la eficiencia.

## Alianzas e integraciones estratégicas

Cada año fortalecemos alianzas e integraciones que mejoran nuestras soluciones, amplían capacidades tecnológicas y nos permiten responder ágilmente a las expectativas de nuestros usuarios.



+24 Integraciones





**Micheal Gómez**  
Comerciante  
Bucaramanga, Santander  
MOTO UNI2

UNI2  
MICROCRÉDITO

[www.uni2.com.co](http://www.uni2.com.co)