RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

INFORME de GESTIÓN

2021

CONTENIDO

INFORME DE GESTIÓN

04 DATOS RELEVANTES

06 CARTA DE LA GERENCIA

08 ECONOMÍA COLOMBIANA
Economía colombiana y perspectivas del sector automotor.

12 INFORME DE GESTIÓN

13 Análisis del mercado.

16 Resultados Comerciales.

18 Desempeño Financiero de la entidad.

22 ÁREAS Y ACTIVIDADES

23 Marketing.

25 Tecnología.

25 Riesgos.

30 Financiera.

32 Jurídica.

34 Recursos humanos.

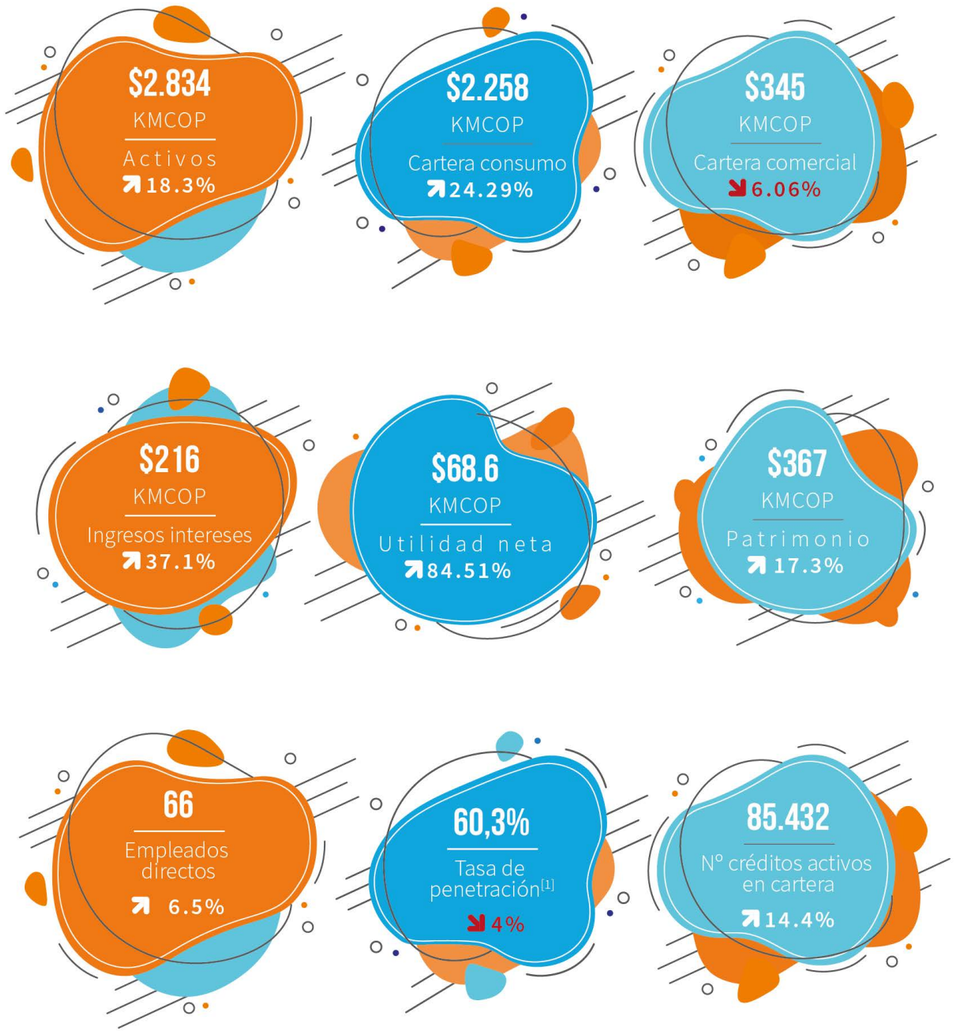
44 JUNTA DIRECTIVA Y COMITÉ DE DIRECCIÓN

4 Datos Relevantes

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Principales Cifras

(Miles de pesos)



Notas:
Cifras expresadas en miles de millones de pesos.
Variaciones 2021 vs 2020.
(1) Relación entre el número de vehículos nuevos financiados por RCI sobre las ventas de Renault.

Carta de la **Gerencia**

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Carta de la Gerencia

2021 el mejor año en la historia de RCI Colombia.

Es evidente que la pandemia frenó durante el 2020 la buena dinámica de crecimiento económico que traía Colombia, sin embargo, para sorpresa de muchos el sector automotriz en particular sobrepasó las expectativas cerrando con un panorama mejor del que se tenía previsto. Durante el 2021, la coyuntura de la pandemia asociada con nuevos picos de contagio primero a nivel internacional y luego en nuestro contexto local, logró generar incertidumbre respecto a sus eventuales repeticiones o nuevas formas de intensificación, pero la realidad nos demostró que nos acostumbramos a vivir en este nuevo entorno a tal punto que se logró el mayor crecimiento del PIB en Colombia de los últimos 10 años.

En este contexto de amplio consumo privado, las ventas de vehículos nuevos mostraron una fuerte recuperación, con 229.493[1] unidades vendidas en 2021, frente a las 173.121 observadas en 2020, sin embargo, la venta de vehículos usados tuvo un importante repunte pasando de una relación de 3.8 vehículos por cada nuevo en 2020 a 4.5 en el 2021 como consecuencia de la baja disponibilidad de vehículos nuevos y a la menor capacidad de compra de los hogares.

RCI Colombia aprovechando esta coyuntura incrementó sus créditos de vehículos usados en 3.773 con respecto al 2020 haciendo que este segmento represente el 28% sobre el segmento de nuevos, es decir casi el doble de lo conseguido el año anterior.

Con estas colocaciones, nuestra cartera total creció un 19% comparado con el cierre de 2020, igualmente, nuestros márgenes se vieron incrementados no sólo en valor absoluto si no también en porcentual sobre la cartera, a pesar de la poca dinámica del mercado de capitales y el incremento de la tasa de intervención por parte del Banco Central que tienen un efecto directo sobre nuestro de costo de fondeo.

(1) No incluye vehículos de carga.

Con estos excelentes resultados comerciales unidos al trabajo impecable de las áreas de apoyo nos llena de orgullo presentar a nuestros accionistas la Utilidad Neta obtenida en el 2021 por valor de 68.562 MCOP, que refleja la gestión de un equipo sólido, motivado y comprometido que hoy mantiene a RCI Colombia S.A como líder en la financiación de vehículos con prenda, segundo lugar en la cuota de mercado total de vehículos y con un reconocimiento externo que se acentúa cada vez más.

Diogo Novo Cesarino
Enero 27 de 2021.

Economía Colombiana y perspectivas del sector automotor

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Economía colombiana y perspectivas del sector automotor [2]

Entorno macroeconómico

En 2021, la recuperación económica inició con fuerza en Colombia y en el mundo, sobre todo por la implementación del sistema de vacunación en los países desarrollados, desde finales de 2020, y en los países emergentes, mayormente en el primer trimestre de 2021. La confianza de los empresarios y los hogares aumentó, en un ambiente de menor riesgo sanitario por la protección de la vacuna, y se mantuvo un aumento rápido e intenso de la demanda interna, acompañado de un repunte del comercio global, del apoyo de los gobiernos nacionales y con políticas monetarias todavía expansivas. En el país, los pocos confinamientos que hubo durante el año fueron focalizados (por ciudades, horarios y actividades), menos prolongados y con un alcance sectorial menor que los vigentes en 2020. Además, permitieron la apertura más completa y generalizada de los servicios de interacción social, tanto así que la mayoría de ellos tuvieron aforos plenos permitidos al final del año 2021.

El proceso de vacunación del país fue clave para cumplir con estos propósitos. Al cierre de 2021, el 76% de la población tenía al menos una dosis de los biológicos disponibles, el 56% había completado su esquema de vacunación y el 7% tenía una dosis de refuerzo. Con estas cifras, Colombia se ubicó por encima del promedio global de vacunación y, también, por encima del promedio latinoamericano.

La política fiscal siguió siendo clave en la recuperación. En primer lugar, se mantuvieron los subsidios extraordinarios a otros grupos de población no cobijados bajo el esquema permanente de subsidios, lo cual ayudó a mantener creciente el gasto básico (alimentos, principalmente) a lo largo del año, incluso frente a la elevada base estadística que implicaba su buen comportamiento de 2020. En segundo lugar, el Gobierno apoyó la creación del empleo con la continuación del programa PAEF, el cual había sido creado en 2020 como respuesta a la crisis generada por la pandemia. Bajo este programa, el Gobierno pagó parte del salario de las personas contratadas en empresas de menos de 50 trabajadores y que hubieran tenido una caída en los ingresos a causa de la pandemia, siendo incluso mayor este apoyo si se trataba de una empleada mujer.

Adicionalmente, el gasto asociado a las vacunas y la asignación de un mayor presupuesto por la gratuidad de la educación pública para los ingresos bajos también impulsaron el gasto público. En total, este rubro volvió a crecer por encima del PIB, siendo uno de los componentes más dinámicos en el crecimiento del año. Además, estas medidas, entre otras razones, explicaron el mantenimiento de un elevado déficit fiscal del Gobierno Nacional Central (de 7,1% del PIB en 2021), pese a la recuperación, por encima de lo esperado, del recaudo tributario.

El desempeño del consumo privado también fue sobresaliente, impulsado por varios factores. Por una parte, los hogares tuvieron una mayor confianza, la cual les permitió un menor temor a perder el empleo y unas expectativas positivas sobre su futuro, llevándolos a tomar más decisiones de compra. Por otra parte, el ingreso de los hogares se apoyó en la recuperación del empleo y la masa salarial del país, el mayor ahorro por el gasto retenido de 2020, que se usó para las transacciones de 2021, las mayores remesas y los ingresos regionales por el elevado valor de la cosecha cafetera.

El gasto privado también se incrementó gracias a un cambio en los hábitos de los hogares: aumentaron considerablemente la propensión a consumir, reduciendo, consecuentemente, la proporción del ingreso que se ahorra. Es decir, los hogares no solo usaron el ahorro generado en 2020, cuando los confinamientos más fuertes les restringieron las decisiones de gasto, sino que, al mismo tiempo, durante 2021, asignaron una mayor proporción de los nuevos ingresos para el gasto. Este último factor impulsó el crecimiento de la demanda interna durante el año 2021, incluso por encima de la generación de ingresos. Sin embargo,

[2] Fuente: BBVA Research Colombia.

una continuación de esta tendencia podría reducir a mediano plazo el ahorro de la economía, una variable que es clave para financiar la inversión, aumentar la capacidad de producción futura y acelerar el crecimiento potencial del país. Asimismo, las bajas tasas de ahorro, y el elevado componente importado del gasto de consumo e inversión internos, explicaron un incremento del déficit de la cuenta corriente hasta 5,6% del PIB, según las estimaciones de BBVA Research.

Durante el año 2021, el consumo de los hogares se mantuvo principalmente impulsado por el gasto en bienes, más que en servicios, excepto, en el caso de estos últimos, del fuerte crecimiento de las apuestas digitales. De resto, los servicios de interacción social, tradicionalmente asociados a entretenimiento y turismo, aún se mantienen rezagados con respecto a los otros grupos de consumo. El mayor crecimiento del grupo de bienes no fue un caso exclusivo de Colombia, sino también de la mayoría de países del mundo.

En parte, esta mayor demanda mundial generó algunos de los cuellos de botella que se observaron, pues la producción y la logística de transporte no crecieron al mismo ritmo que el gasto global de bienes. Como resultado, las presiones de costos y de precios internacionales surgieron, con efectos sobre las decisiones de política monetaria y sobre la cadena de abastecimiento global de materias primas y de productos finales. En efecto, en Estados Unidos, la Fed inició el tapering (reducción de las expansiones monetarias) a finales de 2021 y, se espera, incrementará su tasa de interés en 2022.

Sector vehículos 2021

Las ventas de vehículos nuevos (sin incluir los de carga) mostraron una fuerte recuperación, con 229 mil unidades vendidas en 2021, frente a las 173 mil observadas en 2020. Un incremento de 32% anual. Con esto, las ventas de vehículos nuevos cerraron el 2021 un 5% por debajo del nivel de 2019, año aún no afectado por la pandemia, mientras que en 2020 se habían ubicado casi un 30% por debajo. Por otra parte, en 2021 las ventas de vehículos usados mostraron un dinamismo aún mayor que las de los vehículos nuevos, creciendo 57% entre 2020 y 2021 y ubicándose un 27% por encima de los niveles de 2019. En 2021 la relación entre las ventas de vehículos usados (1,1 millones) y nuevos creció con respecto a la observada en 2019, pasando de venderse 3,4 vehículos usados por cada vehículo nuevo en 2019, a venderse 3,8 por cada nuevo en 2020 y 4,5 en 2021. Es posible que esto se deba en parte a la baja disponibilidad de vehículos nuevos y a la menor capacidad de compra de los hogares.

Política monetaria

En Colombia, la política monetaria inició un ciclo de incrementos de las tasas de interés, llevándola de 1,75%, la mínima tasa histórica que se había logrado en 2020, hasta el 3%. Este último nivel todavía se ubica en terreno expansivo, si bien los incrementos son una respuesta a las presiones de inflación que se verificaron en el país y al incremento de las expectativas de precios futuros. La transmisión de estas decisiones de política a las tasas de interés del mercado se ha dado gradualmente, siendo más inmediata y completa en las tasas interbancarias, sin afectar la dinámica de recuperación que se viene dando en el crédito a hogares y empresas y que se explica por la recuperación de la actividad económica y la solidez que mantuvo el sistema financiero.

En 2021, la inflación terminó en 5,6% anual, impulsada por los mayores precios de los alimentos, la devaluación del tipo de cambio y los bajos inventarios en algunos sectores de la economía. Específicamente, el tipo de cambio promedio tuvo un incremento de 1,4%, por el fortalecimiento del dólar a nivel global, la volatilidad interna generada por los déficit fiscal y externo, la pérdida del grado de inversión y los problemas logísticos derivados de las protestas de abril y mayo. Estos últimos, sumados a los rezagos en los envíos internacionales y a la creciente demanda interna, determinaron una reducción de los inventarios de la industria y el comercio, los cuales implicarán presiones sobre los precios, por un lado, e incentivos al aumento de la actividad productiva local, por el otro. De hecho, la producción industrial ya reaccionó a este impulso con aumentos en la producción e incrementos en el empleo, aunque de menor magnitud en el último caso. Con todo, este sector ya superó las cifras de antes de la pandemia, tanto en producción como en empleo, aunque por un poco margen en el segundo caso.

La recuperación de la producción interna, junto con la aceleración de la construcción de la vivienda, llevaron a un ciclo alcista en la inversión fija en Colombia. Los productores se mantuvieron con elevados índices de uso de la capacidad instalada, incentivándolos a incrementar las compras de maquinaria y equipo. Asimismo, la aceleración de las compras de viviendas VIS, apoyadas por los subsidios públicos vigentes, permitió que este año se mejoraran los índices de iniciación de obras residenciales. Al contrario, los otros componentes de la inversión mostraron un bajo dinamismo. Primero, las obras civiles solo crecieron en el componente minero y, más moderadamente, en las obras financiadas con regalías. Los demás rubros, relacionados con vías de transporte, acueductos y ductos para telecomunicaciones, mostraron desempeños mediocres. Segundo, la edificación comercial (oficinas, locales, etc.) tardarán en recuperarse pues mantienen elevados niveles de inventarios y de vacancia en los mercados primario y secundario.

En total, el PIB para 2021 creció 10,6% impulsado por el consumo final y la inversión en maquinaria y equipo y en vivienda. El consumo privado creció un 14,6% y la inversión fija un 11,2%. Las importaciones aumentaron fuertemente, 27,5%, como resultado de la alta demanda interna. Las exportaciones, si bien se aceleraron poco a poco en bienes no tradicionales, limitaron su desempeño por la baja producción de petróleo y carbón. En total, crecieron un 14,2%.

En este contexto, los mercados financieros tuvieron otro año de elevada volatilidad, algo que ha sido común a la mayoría de los países emergentes. La cotización de los activos locales (TRM, TES, entre otros) reaccionaron, sobre todo, a las expectativas sobre la política monetaria internacional, en medio de las presiones al alza de la inflación global, y a la consolidación de decisiones o a las señales que las autoridades monetarias han dado sobre el retiro gradual del estímulo monetario. El tipo de cambio, como se dijo antes, permaneció en niveles altos por el fortalecimiento del dólar en un escenario de mayores primas de riesgo en los países emergentes. Las tasas de los títulos de deuda pública se incrementaron, en parte por el entorno global, pero también como respuesta a la dinámica fiscal del país. Y los flujos de capitales de portafolio fueron bastante inestables a lo largo del año, con meses intermedios de buenas entradas, pero con un inicio y un final de año con salidas importantes.

Esta volatilidad de los flujos de portafolio fue compensada por una entrada importante de divisas para el sector público, producto de los préstamos externos y el importe entregado por el FMI a sus países socios, del cual Colombia recibió 2.790 millones de dólares. Además, acompañaron la entrada de cerca de 11.000 millones de dólares de inversión extranjera directa para que el país tuviera una casi completa financiación del déficit en la cuenta corriente de 2021. Al final, el país debió tener una pequeña des acumulación de reservas, manteniendo, en todo caso, un nivel elevado de estas respecto al PIB (de alrededor de 19%).

Perspectivas económicas para 2022

Para 2022, BBVA Research espera un crecimiento de 4,0% del PIB. Aunque es una desaceleración con respecto al fuerte crecimiento de 2021, se ubica cerca del promedio de crecimiento de la economía colombiana en los últimos 40 años. La dinámica del PIB tendrá dos períodos bien diferenciados. En los dos primeros trimestres del año, la expansión será menor en el margen (respecto al trimestre previo) que las observadas al cierre de 2021. A su vez, la tasa de crecimiento interanual será alta, pero estará más impulsada por la baja base estadística del mismo período de un año atrás (por los confinamientos y los problemas logísticos en medio de las protestas) y el alto nivel de actividad que alcanzó la economía en diciembre de 2021 (efecto arrastre), que por el incremento de las decisiones de gasto y producción.

En el segundo semestre, la dinámica se acelerará respecto a los períodos previos. Pero, la existencia de altos niveles de actividad a finales de 2021 no permitirá que este mejor desempeño en el margen se transforme en elevadas tasas interanuales. Al contrario, la tasa anual de crecimiento se desacelerará a lo largo de 2022, porque no se espera repetir el fuerte incremento de la demanda interna que se dio al avanzar el año anterior.

En el crecimiento de 2022 habrá grandes diferencias con respecto al desempeño de 2021. Primero, el consumo final, tanto privado como público, dejará de ser la principal fuente de expansión económica y le pasará el liderazgo a las exportaciones y la inversión fija. El consumo privado se desacelerará, pese al mejor panorama del mercado laboral, por la inexistencia de ahorro previo, algo con lo que sí contaban los hogares en 2021. También por la reducción progresiva que tendrá la propensión a consumir (el porcentaje del ingreso que se destina al gasto), por la persistencia de elevadas tasas de informalidad y por la exigente base estadística que tienen algunos grupos de bienes que crecieron fuertemente el año anterior (semidurables como vestuario y calzado, por ejemplo). Eso sí, el incremento del salario mínimo, de 10,07%, ayudará a aumentar el consumo del grupo poblacional que devenga este tipo de ingreso, compensando en parte el deterioro del empleo formal que puede implicar esta decisión. En total, el consumo privado crecerá 3,5% en 2022. En este contexto, en 2022 las ventas de vehículos seguirán creciendo en línea con el crecimiento de la economía y el mayor consumo de los hogares, aunque posiblemente a un menor ritmo que en 2021, en parte también explicado por un consumo más relacionado con servicios que con bienes.

Segundo, el consumo público, aunque se desacelerará en 2022, hasta un crecimiento de 3,6%, seguirá siendo relevante porque se mantienen los gastos asociados a la compra de vacunas, el incremento real positivo de los salarios de los empleados públicos y la permanencia de algunos subsidios transitorios aprobados en la reforma tributaria de 2021. El déficit fiscal, por lo tanto, se mantendrá por encima de 5%, permitiendo una pequeña reducción de la deuda pública, pero manteniéndola cerca del 64% del PIB.

Tercero, las importaciones tendrán un menor crecimiento que en 2021, no solo porque la demanda interna crecerá a una tasa más moderada, sino también porque el perfil de expansión del consumo y la inversión será diferente. Por una parte, el consumo privado estará más impulsado por el grupo de servicios de interacción social que por el grupo de bienes, determinando un menor incremento de la importación de productos de consumo y una recuperación del empleo en los sectores asociados a entretenimiento y turismo. Por otra parte, la dinámica de la inversión será más explicada por el incremento de las obras civiles que por la compra de maquinaria y equipo, con un componente mucho más importado, y la construcción de vivienda. Estas dos últimas se mantendrán, en todo caso, en terreno positivo gracias al elevado uso de capacidad instalada que presenta la economía y a las ventas de vivienda en niveles récord de 2021, pero disminuyen fuertemente su desempeño interanual.

Las obras civiles estarán explicadas por la continuación e iniciación de grandes obras de infraestructura (adjudicaciones de 4G y 5G, metro de Bogotá, sistemas de transporte masivo de otras ciudades, entre otros) y por la mayor ejecución de obras por alcaldes y gobernadores, los cuales tuvieron una baja capacidad de proyectar obras en los dos primeros años de su gobierno, muchos más afectados por la pandemia. Como un todo, la inversión fija total crecerá 6,2% en 2022, explicada mayormente por los componentes menos relacionados con la importación de productos. No obstante, el déficit exterior se mantendrá elevado, en alrededor de 5,0% del PIB, explicado por el mayor envío de dividendos al extranjero, luego de la recuperación sobresaliente que tuvo la economía (y las utilidades empresariales) en 2021.

Cuarto, el crecimiento de las exportaciones, que se ubicará en 6,3%, estará más explicado por el incremento de la producción minera y agrícola que por la existencia de altos precios internacionales. En cualquier caso, la demanda externa de los principales socios comerciales del país se mantendrá creciente, aunque a una tasa inferior a la registrada en 2021, más asociada esta última a un repunte global después de la recesión provocada por la pandemia. Con esto, los envíos de productos no tradicionales, más explicados por la demanda externa que por la capacidad interna de producción, se mantendrán crecientes.

La inflación se mantendrá presionada al alza durante la primera mitad de 2022. En parte por la existencia de altos costos internacionales para las materias primas y el mantenimiento de tarifas elevadas para el transporte internacional de mercancías, lo cual seguirá transmitiéndose a los costos de producción y a los precios al consumidor internos. Pese a que se moderarán los costos globales, permanecerán en niveles elevados aún. Por otra parte, por el ajuste de precios en los servicios de interacción social, el cierre progresivo de los excesos de capacidad instalada, pues se logra gradualmente el nivel del producto potencial, y la depreciación del tipo de cambio por las decisiones monetarias en los países desarrollados y el contexto económico-político del período electoral que se avecina. De hecho, el tipo de cambio se devaluará en promedio un 5,1% en 2022, siendo más intensa esta variación durante el primer semestre de 2022.

La inflación terminará el año 2022 en 4,8%, pero tendrá máximos cercanos al 7% en el primer semestre. Con esto, el Banco de la República continuará el ciclo de incrementos de la tasa de interés, de una forma más acelerada en la primera mitad del año y, con menores incrementos, en la segunda parte. Al final del año, la tasa de intervención esperada se ubicará por encima de la tasa neutral, es decir, se tendrá una tasa contraccionista para la actividad económica. Aun así, se espera que las tasas positivas de crecimiento de la actividad económica impulsen una aceleración adicional del crédito del sistema financiero. Mientras que ayudarán a aumentar los niveles de ahorro de la economía y permitirán un crecimiento más sostenible en el mediano y largo plazo.

Informe de **Gestión**

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Análisis del Mercado

La compañía de financiamiento RCI Colombia en el año 2021 logró una vez más reafirmar su posición como líder en la financiación de los vehículos nuevos de la Marca Renault.

El mayor conocimiento de los clientes, la mayor diversificación en las tasas, el trabajo en conjunto con la marca y la inclusión de seguros y servicios permitió la creación de ofertas diferenciadoras con beneficios exclusivos para los clientes.

Así mismo, se realizó un muy buen trabajo con los concesionarios lo que ha permitido mantener su compromiso en el logro de los objetivos propuestos.

Además de lo anterior, en 2021 RCI comienza a abrirse paso también en el mercado de vehículos usados por fuera de la red Renault. Este nuevo reto en el que se embarca la compañía responde a una solicitud del mercado de poner nuestros productos de financiación de vehículos usados disponibles para otros canales de venta. Nuestro propósito es el de acompañar a los clientes y concesionarios de vehículos usados con nuestro servicio y productos diferenciados.

El trabajo realizado en 2021 ha permitido la obtención de muy buenos resultados para la compañía. pero además de esto, ha permitido seguir construyendo bases sólidas que apalanquen los retos de los siguientes años.

Mercado Automotriz

El mercado automotriz colombiano creció un 32.7% con respecto al año 2020, pasando de 173 mil unidades a 229 mil unidades, gracias a la reactivación económica que se presentó luego de los cierres ocasionados por la pandemia del COVID-19. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) la actividad económica[1] de Colombia presentó una reactivación, la cual fue apalancada por una política monetaria expansionista y una mayor demanda interna soportada por un mayor ingreso por las exportaciones gracias a un incremento generalizado en el precio de las materias primas. Este repunte mostró una economía resiliente en medio de un entorno internacional volátil y un contexto nacional difícil dadas las protestas sociales que se presentaron a comienzos de año.

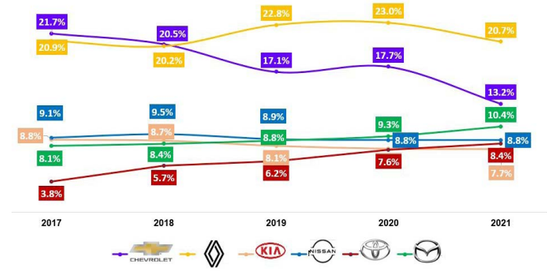
No obstante, el mercado de vehículos se ha visto inmerso en un nuevo contexto debido a una rigidez en la oferta por la escases de auto-partes, para el año 2022 se espera que las ventas del país aumenten a 247 mil unidades lo que representa un aumento de 7,6% con respeto a las ventas totales del año 2021.

Pese a los vaivenes de la economía y el mercado, la marca ha logrado mantener su primer lugar en ventas con una participación de mercado por encima del 20%. Este primer lugar en ventas fue alcanzado por la marca desde el 2018.

Este buen desempeño de la marca es producto de la favorabilidad que recibe de los clientes quienes reconocen la calidad y confianza y el apalancamiento que ha recibido de RCI desde su creación en 2016. Las campañas estratégicas que se han desarrollado han hecho que los vehículos sean más asequibles dando la posibilidad a más clientes de adquirir los vehículos de la marca.

Participación de mercado de las principales marcas de vehículos

Evolución del Mercado de vehículos: Top 5 de las marcas más vendidas



[1] OECD (2021), OECD Economic Outlook, Volume 2021 Issue 2, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/

Durante el año 2021 se refleja una fuerte volatilidad de la composición del mercado pues la participación en ventas de las marcas varia de forma importante con respecto a años anteriores. Se destaca la disminución de la participación de Chevrolet y el aumento de la cuota de mercado de Toyota y Mazda.

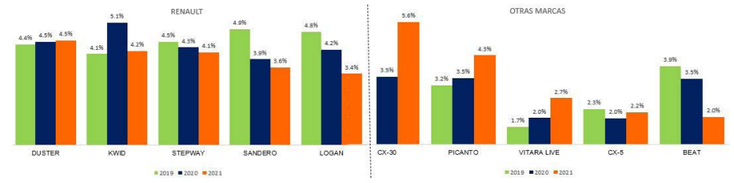
Chevrolet cayó 4,4 ppt con respecto al año anterior quedando con una participación de 13,2% en el año 2021. Esto debido a una disminución en su performance comercial, pero sobre todo a una fuerte caída de las ventas durante los meses de agosto y septiembre por una menor disponibilidad de vehículos.

Caso contrario Toyota quien aumentó 1,1 ppt con respecto al año anterior ubicándose en 8,4% en el año 2021. Esto gracias al aumento en las ventas de sus nuevos vehículos híbridos. Según cifras de Andemos, Toyota participó con el 39,3% del mercado de vehículos híbridos en el año 2021 pasando de 1.917 vehículos híbridos vendidos en el año 2020 a 6.960 en 2021. Por otro lado, para 2022 se espera un mayor incremento en el volumen de ventas de la marca producto del impulso que tendrán de su nueva financiera de marca, la cual fue lanzada a finales de 2021 fruto de una alianza entre Toyota Financial Services Corporation (TFSC) y Mitsui & Co (MAF Colombia). Con la creación de esta compañía de financiamiento, la marca quiere seguir creciendo su participación, apoyar a los concesionarios y generar lealtad en sus clientes[2].

Mazda por su parte registró un aumento en la participación de mercado de 1,1 ppt con respecto al año anterior ubicándose en 10,4% en el año 2021, esto gracias a que el modelo CX-30 fue el vehículo con el mayor número de ventas en el año 2021 con un total de 11.212 unidades. Con estas unidades, el vehículo alcanzó una participación de 5,6% del total de venta de vehículos nuevos seguido por el modelo CX-5 quien logró un total de 4.416 ventas y una participación de 2,2% en el año.

Al mismo tiempo, si revisamos el listado de los diez vehículos más vendidos en el mercado colombiano encontramos a Renault, Mazda y Kia, en donde, cinco de las posiciones la ocupan los vehículos de la marca; las cuales mantienen una participación constante en el mercado entre 2019 a 2021, con una leve disminución de Sandero y Logan. Esto refleja la buena acogida del producto por parte del mercado y la flexibilidad de opciones que ofrece la marca junto con RCI para lograr mantener el dinamismo de compra mediante los planes que se les brinda a los clientes.

Participación de cada familia en las ventas totales del mercado de vehículos particulares.



Tasa de intervención RCI Colombia

En comparación con las demás alianzas Financiera – Marca existentes en el mercado colombiano, la tasa de intervención de RCI Colombia en los últimos dos años ha estado por encima del 60% siendo la más alta del país, dejando atrás incluso a competidores como GMAC - Chevrolet y Nissan - Bancolombia, tal como puede verse en la gráfica a continuación.

El repunte de la economía y el trabajo en conjunto con la marca y sus concesionarios ha hecho posible que la tasa de intervención de RCI Colombia en los vehículos nuevos de la marca haya sobrepasado en 4.3 ppt la penetración presupuestada para el año, ubicándose a cierre de 2021 en 60.3%.

Al analizar la penetración de la entidad financiera por marca vemos que entre las que presentaron mayor caída en la tasa de intervención se encuentra Bancolombia con Nissan con una reducción de 3,9 ppt bajando a 15,9% en el año 2021 y Chevrolet con GMAC con una disminución de 3,7 ppt quedando en 39,1% en el año 2021.

(2) Portafolio. (13 de septiembre de 2021). Toyota presenta en el país su empresa de financiamiento. Portafolio, pág. En línea.

Tasa de intervención de la entidad financiera más representativa en cada una de las marcas de vehículos más vendidas

Fuente: Runt y Análisis de mercado Renault – Sofasa

Pasando ahora a revisar las ventas financiadas de la Marca Renault, podemos ver en la gráfica a continuación que RCI mantiene una alta participación alcanzando un 84,8% en 2021, logrando un aumento desde el año 2018 hasta la fecha de 14 ppt. Caso contrario de las otras entidades financieras que disminuyen su participación durante el mismo periodo. Esto se debe al trabajo mancomunado de la captiva con la marca para brindarle a los clientes las mejores ofertas de financiación

Penetración de RCI en las ventas financiadas de la marca Renault

Fuente: Runt y Análisis de mercado Renault – Sofasa

En 2021 se nota un pequeño decrecimiento de 1 ppt de RCI que se distribuye entre Bancolombia que aumenta 0.5 ppt y Banco Finandina que aumenta 0.5 ppt. Este comportamiento fue mejor del esperado pues se consideraba que las demás financieras volverían con fuerza en 2021 luego de superado el periodo crítico de pandemia en 2020, durante el cual la financiera de marca fue la única capaz de mantener su posición y apoyar a la marca incrementando su participación dentro de las ventas financiadas, mientras las demás financieras disminuyeron fuertemente su agresividad comercial.

Campañas promocionales

Durante el año 2021 creamos en conjunto con la Marca cuatro campañas promocionales que permitieron a los clientes obtener beneficios al financiar la compra de su vehículo con la Financiera de la Marca.

La primera campaña llamada “Renault asegurado” propuso un plan especial de comunicación que otorgaba a los clientes tasas tradicionales más el bono matricula obsequiado para todos los vehículos nuevos Renault; además, ofreció también planes con tasas desde el 0% y periodos de gracia con intereses al 0% para que quienes compraran su vehículo con RCI arrancaran el año de la mejor manera.

La segunda campaña mantuvo activos los planes financieros generales ofrecidos en la primera campaña esto debido a la falta de disponibilidad de vehículos que se presentó en este periodo. Tener una oferta ya conocida por la fuerza de ventas permitió a los equipos de terreno enfocarse en el manejo de los inventarios y apalancar la gestión con una oferta de financiación clara y conocida. Dentro de esta campaña se efectuó el lanzamiento de la Nueva Duster fase 2 para la cual se lanzó un plan financiero innovador que permitía al cliente tener una cuota residual que disminuía la cuota mensual; así como, tener una opción de recompra de su vehículo a los 3 años para cambiarlo por uno nuevo.

La tercera y cuarta campaña del año tuvieron como plan principal de llamado el plan póliza, que obsequiaba al cliente la póliza todo riesgo auto por el primer año del crédito más tasas de interés tradicionales. Este producto siempre es muy bien recibido por parte de los clientes de la marca.

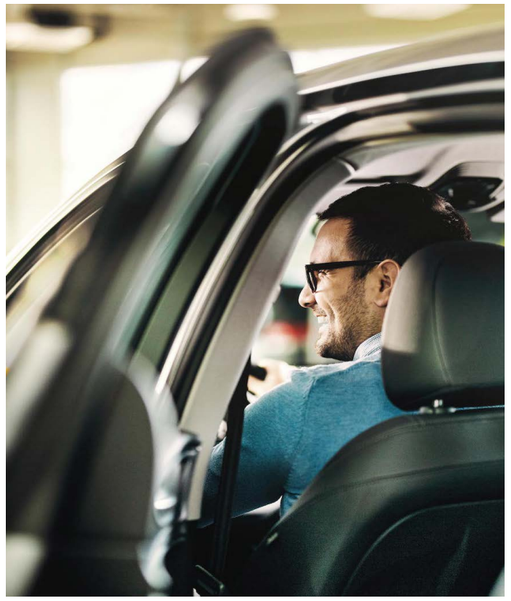
Los planes adicionales estuvieron enfocados a cliente empresarial y de flotillas. Entre ellos encontramos el Plan especial flotas, que otorgaba 3 meses de gracia de capital con intereses al 0% a los vehículos utilitarios Renault; Y, un modelo de financiación tipo BOX que ofrecía tres planes financieros en los que el cliente tenía la posibilidad de encontrar más beneficios y regalos a medida que adquiría más servicios para su vehículo.

Durante todo el año se manejaron ofertas muy atractivas para los vehículos eléctricos, tasas de interés inferiores al 1%, plazos hasta 84 meses y cuota inicial desde el 0%.

Participación de RCI en el segmento de vehículos usados

Para el año 2021 RCI Colombia tenía como objetivo lograr desembolsar 7.000 vehículos usados a través de los productos de financiación disponibles. Este objetivo se superó por 985 unidades dejando como saldo del año 7.985 contratos desembolsados. Este resultado se logra por la combinación de variables como lo son una oferta de crédito robusta, diferenciada, con seguros y obsequios incluidos y con condiciones de plazo y cuota inicial muy competitivas dentro del mercado; un esquema de remuneración para los concesionarios muy atractivo que fomenta la fidelidad de la red, un trabajo comercial constante y una permanente búsqueda de mejorar cada vez más el relacionamiento con los clientes.

A pesar de las difíciles condiciones actuales del mercado colombiano como lo son la suba en los precios de los vehículos y la falta de disponibilidad de vehículos usados como efecto de la disminución en las retomas, debido a la falta de disponibilidad de vehículos nuevos en el país; RCI Colombia logró alcanzar sus objetivos generales de volumen a través de sus diferentes canales de financiación en el segmento de usados.



RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Resultados comerciales

El año 2021 fue un año complejo para la industria automotriz. A nivel mundial, el mercado de vehículos presentó gran incertidumbre en materia de inventarios, dudas en términos productivos y dificultades en la logística internacional que ocasionaron complicaciones en términos de ventas. Dichas condiciones afectaron directamente al mercado Nacional, quien además sufrió de manera significativa debido a la situación de orden público que padeció el País a mediados del año, y que definitivamente complicaron aún más el entorno de las ventas locales.

RCI Colombia, a pesar de estas dificultades se enfocó en mantener y buscar alternativas atractivas para los clientes, incentivando la financiación de vehículos y servicios; se preparó y, a pesar de tener un panorama lleno de incertidumbre, organizó nuevamente los procesos que ya había replanteado durante el año anterior, un año de pandemia en donde la virtualidad tomó un papel relevante y necesario. Así mismo, como aliado estratégico de una potente Red de Concesionarios, fortaleció las sinergias conjuntas que al final conformaron una estrategia ganadora que trajo como resultante un volumen de ventas de vehículos y una participación de mercado considerables, y así como también un crecimiento importante en la financiación y la venta de servicios.

La estrategia del 2021 estuvo enmarcada en tres pilares primordiales: Servicio, Competitividad y Reciprocidad con sus clientes. Presencia física y virtual en cada punto de venta con asesores especializados que complementan la venta del vehículo; Tasas y Planes financieros llamativos que cumplen con las expectativas y necesidades de los clientes; Incentivos y un sistema de remuneración potente, retador y exigente para la Red de concesionarios que no busca más que el gana – gana para todos.

El Plan de Acción Comercial construido a partir de la estrategia, estuvo enfocado en agregar valor a la Red de concesionarios buscando su rentabilidad, y conformando alianzas que incentivaron las ventas financiadas con RCI y que finalmente fueron la clave para alcanzar los resultados satisfactorios a pesar del entorno difícil del mercado.

Es importante destacar que, durante el año en mención, trabajamos en la automatización y consolidación de las bases de datos. Se diseñó el proceso de venta y en conjunto con la red, las diversas bases de clientes potenciales fueron gestionadas y representaron un porcentaje importante de conversión. Es un tema muy amplio y será reto para el 2022, año en el cual se deberá desarrollar plenamente.

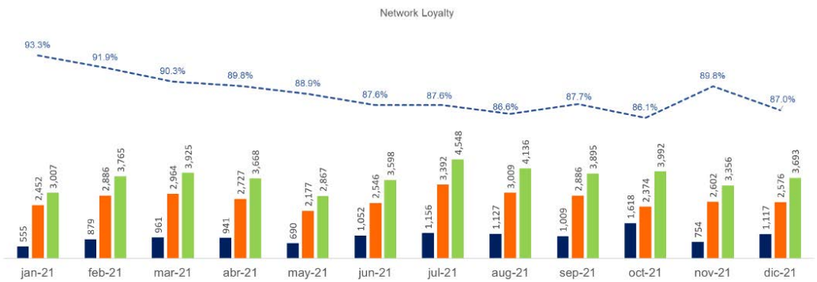
El entrenamiento dedicado a la fuerza de ventas de RCI y a la Red de concesionarios, es un aspecto fundamental dentro la Estrategia. Se desarrolló un plan robusto de capacitación cubriendo diferentes temas enfocados en la preparación de los que son la cara de nuestro negocio. Educar constantemente a los asesores RCI y a los vendedores de la Red es primordial pues, genera satisfacción al cliente y garantiza su fidelidad en el momento de renovar su vehículo y financiarlo.

Resultados por canal de venta

1. Financiación de Vehículos Nuevos:

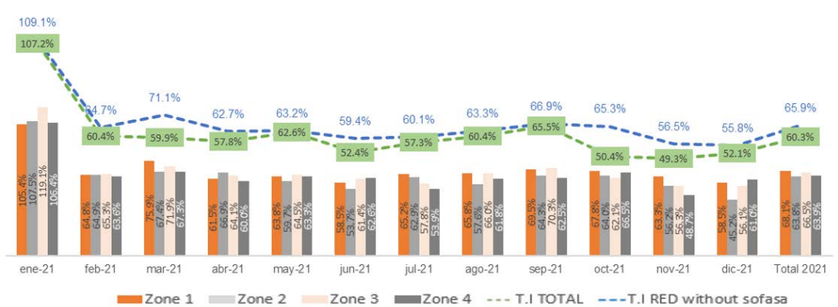
Continuar con la estrategia y plan de acción en conjunto con la Marca y la Red de concesionarios, consolidó la confianza y mantuvo el índice de fidelidad alcanzado desde el año 2020. El 89,2% de las solicitudes con financiación de los vehículos nuevos recibidos por la Red, fueron entregados a RCI para su análisis, es así como se financiaron 28.689 vehículos nuevos alcanzando una Tasa de Intervención acumulada de 60,26%, es decir que, del total de las matrículas de Renault, el 60,26% se financió con RCI.
Mantener e incrementar la lealtad de la Red es un reto para el 2022, ser la primera opción es imperante, por lo que la Estrategia se enfocará en torno a ello.

1.2 Fidelidad de la Red



La fidelidad de la Red se mantiene en los niveles esperados; sin embargo, la competencia estuvo alerta con ofertas y servicios incrementando un poco su participación. Es un reto para el año 2022 mantener la lealtad de la Red fortaleciendo el servicio, las tasas y la remuneración. Así mismo, mostrar a la Red que el trabajo conjunto al final genera más beneficios por volumen.

1.3 Tasa de Intervención



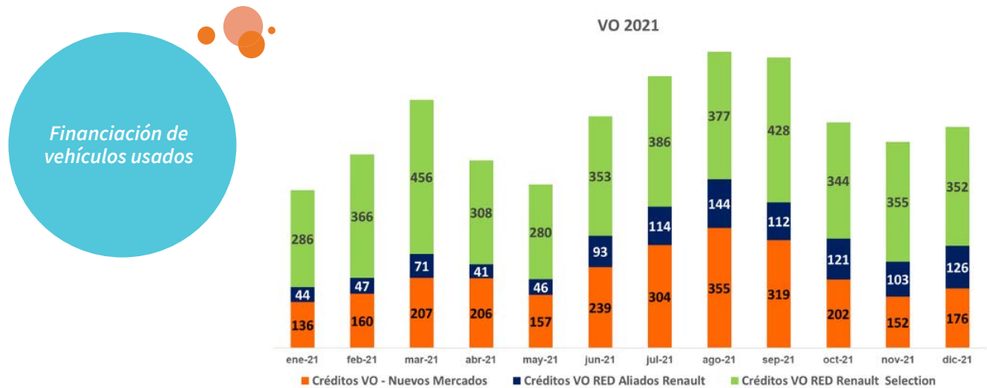
En el 2021 se mantuvo la estructura de Ventas con las 4 Zonas distribuidas a lo largo del País. La gestión comercial de los gerentes durante el 2021 continuó con la misma dinámica iniciada en el año anterior, en donde soportar y respaldar a la Red en momentos complicados debido a la falta de inventario y los stop en la operación ocasionado por los disturbios del orden público, fue el enfoque en los planes de acción puntuales de cada zona. Diseñar e implementar acciones para generar ventas financiadas conforman uno de los puntos que contribuyeron a los resultados que se muestran en la gráfica anterior y que van acordes con el objetivo planteado para el cierre del año.

2. Financiación de Vehículos Usados:

RCI Colombia durante el año 2021 superó la cifra récord alcanzada en el año anterior. En el 2020, se desembolsaron 4.217 créditos, y en el 2021 se financiaron 7.985 vehículos usados, superando el objetivo esperado. El Mercado total de usados continuó en el año 2021 con un crecimiento acelerado. La falta de inventario en vehículos nuevos fomento la venta del usado, incrementando su precio y disparando la demanda.

Los resultados alcanzados en este canal son gracias a la expansión de la financiación de vehículos usados y nuevos hacia otros mercados independientes del Grupo Renault, lo cual inició como desafió durante el año anterior, y se consolidó durante todo el año 2021. Es así

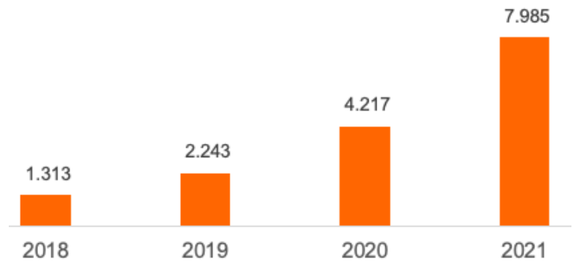
como se recopilaron Experiencias enriquecedoras que para el próximo año permitirán enfocar el negocio en una venta efectiva buscando ser la primera opción de financiación y mantener la cartera en los índices aceptados.



La estrategia en 2021 continuó con mantener una dinámica de planes atractivos para el cliente, los cuales se conservaron y fortalecieron; la potenciación en el tema de las tasas a partir del perfil del cliente, y una remuneración atractiva retadora y exigente; aspectos competitivos que fortalecieron el resultado.

Financiación de vehículos usados en los últimos cuatro años

Como hemos mostrado en cada Informe de Gestión, la evolución de la financiación de vehículos usados ha crecido considerablemente desde el año 2018, podemos apreciar el resultado del año 2020 en donde se triplicó el resultado; y así mismo es visible el crecimiento adicional presentado en el último año.



3. Financiación de Seguros y Servicios:

El 2021 RCI Colombia mantuvo en la Estrategia General la venta financiación de los seguros y servicios de su portafolio. En la remuneración a la Red de concesionarios, este canal se incluyó como punto adicional dentro de los KPI´s haciendo mucho más retador el esquema de remuneración, pero definitivamente buscando el crecimiento de resultados los cuales fueron alcanzados

4. Actividad Mayorista o Crédito Red

Para la actividad mayorista, el año 2021 representó una reactivación de la economía en el sector automotriz, permitiendo a la red de concesionarios Renault generar utilidades después de un año 2020 impactado por la situación global de pandemia, que incluyó un cese total de actividades en algunos meses. Durante 2021 no fue necesario otorgar alivios financieros a los concesionarios por la pandemia, considerando un buen desempeño en el comportamiento de las ventas generado por la reactivación económica, acompañado por el lanzamiento de la marca de su vehículo más vendido, Renault Duster.

En el primer semestre se presentaron problemas de orden público en las principales ciudades de Colombia, que impactaron negativamente la rentabilidad de algunos concesionarios. Sin embargo, el segundo semestre del año permitió que estos concesionarios junto con los del resto del país, presentaran una mayor dinámica comercial incrementando sus ingresos y reportando al final del año la mayor rentabilidad de los últimos años, pese a la crisis de contenedores mundial que llevó al desabastecimiento de piezas de repuestos y de disponibilidad de vehículos para la venta. Como balance del año 2021, ningún concesionario de la actividad mayorista presentó moras superiores a 30 días en sus obligaciones con RCI.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Desempeño financiero de la entidad

Balance

(Millones de pesos)

Balance	31 de diciembre de 2020	31 de diciembre de 2021	% Variación
Efectivo y equivalentes de efectivo	99,099	97,369	(1.75%)
Inversiones	6,162	6,199	0.60%
Cartera de creditos neta	2,184,040	2,603,207	19.19%
Otras cuentas por cobrar	11,258	2,299	(79.58%)
Activos mantenidos para la venta	4,340	4,799	10.58%
Activos fijos e intangibles	8,702	7,457	(14.31%)
Otros activos	87,448	112,648	28.82%
Total Activo	**2,401,048**	**2,833,978**	**18.03%**
Instrumentos financieros a costo amortizado	618,266	581,323	(5.98%)
Bonos	300,297	451,748	50.43%
Pasivos por derecho de uso	4,287	4,348	1.44%
Obligaciones financieras	1,105,546	1,366,888	23.64%
Cuentas por pagar	28,816	47,483	64.78%
Obligaciones laborales	1,611	1,666	3.39%
Otros pasivos	29,589	13,814	(53.31%)
Total Pasivo	**2,088,411**	**2,467,271**	**18.14%**
Capital social	234,942	234,942	0.00%
Reservas	40,535	63,203	55.92%
Resultado del ejercicio	37,160	68,562	84.51%
Total Patrimonio	**312,637**	**366,706**	**17.29%**
Total Pasivo y Patrimonio	**2,401,048**	**2,833,978**	**18.03%**

Cartera de Créditos

(Millones de pesos)

De acuerdo con la naturaleza de las actividades que componen la cartera de RCI Colombia, la composición está distribuida en una participación de 86.76% para la cartera de consumo y de 13.24% para la cartera comercial. Para el cierre del año 2021, la cartera de consumo presentó variaciones al alza del 24.26% mientras que la cartera comercial presenta una disminución del 6.06% respecto al año anterior.

Cartera Vencida y Cobertura

Cartera de creditos	31 de diciembre de 2020	31 de diciembre de 2021	% Variación
Cartera de Créditos bruta	**2,328,113**	**2,752,765**	**18.24%**
Consumo			
Cartera consumo bruta	1,879,118	2,322,451	23.59%
Intereses y otros conceptos por cobrar	66,649	66,237	(0.62%)
Provisión	(128,552)	(130,061)	1.17%
Cartera consumo neta	**1,817,214**	**2,258,627**	**24.29%**
Comercial			
Cartera comercial bruta	374,361	355,343	(5.08%)
Intereses y otros conceptos por cobrar	7,985	8,734	9.38%
Provisión	(15,520)	(19,497)	25.62%
Cartera comercial neta	**366,826**	**344,579**	**(6.06%)**
Cartera de Créditos neta	**2,184,040**	**2,603,207**	**19.19%**

(Millones de pesos)

Cartera Vencida y Cobertura	31 de diciembre de 2020	31 de diciembre de 2021	% Variación
Cartera de Créditos bruta	**2,328,113**	**2,752,765**	**18.24%**
Cartera de Créditos consumo bruta	**1,945,766**	**2,388,688**	**22.76%**
Cartera de Créditos vigente	1,809,835	2,242,784	23.92%
Cartera vencida de 31 a 60 días	43,514	49,639	14.07%
Cartera vencida de 61 a 90 días	15,685	25,098	60.01%
Cartera vencida de 91 a 120 días	5,798	11,420	96.96%
Cartera vencida de 121 a 150 días	4,910	8,418	71.45%
Cartera vencida mayor a 150 días	66,023	51,328	(22.26%)
Cartera de Créditos comercial bruta	**382,346**	**364,077**	**(4.78%)**
Cartera de Créditos vigente	370,831	345,891	(6.73%)
Cartera vencida de 31 a 60 días	6,426	6,837	6.39%
Cartera vencida de 61 a 90 días	2,146	2,328	8.45%
Cartera vencida de 91 a 120 días	325	1,482	355.74%
Cartera vencida de 121 a 150 días	160	374	133.26%
Cartera vencida mayor a 150 días	2,458	7,166	191.57%
Indice de cartera	**6.33%**	**5.96%**	**(5.88%)**
Cartera vencida de 31 a 60 días	2.15%	2.05%	(4.36%)
Cartera vencida de 61 a 90 días	0.77%	1.00%	30.08%
Cartera vencida de 91 a 120 días	0.26%	0.47%	78.20%
Cartera vencida de 121 a 150 días	0.22%	0.32%	46.65%
Cartera vencida mayor a 150 días	2.94%	2.12%	(27.76%)

La cartera de crédito comercial al cierre del año 2021 con morosidad superior a 30 días representa el 5%.
Para la cartera de crédito minorista con morosidad superior a 30 días representa el 6.1%, y el índice de cartera vencida mayor a 30 días fue de 5.96% muy por debajo del año anterior.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Patrimonio Adecuado y Relación de Solvencia

(Millones de pesos)

Patrimonio Adecuado y Relación de Solvencia	31 de diciembre de 2020	31 de diciembre de 2021	% Variación
Patrimonio contable	312,637	366,706	17.29%
Patrimonio técnico	310,386	365,275	17.68%
Patrimonio adecuado requerido	206,718	148,318	(28.25%)
Excedente de patrimonio	103,669	216,957	109.28%
Activos ponderados por nivel de riesgo	2,296,489	1,287,029	(43.96%)
Valor riesgo de mercado	33,816	196	(99.42%)
Valor riesgo operativo	0	125,328	100.00%
Relación de solvencia sin VaR	11.27%	25.86%	129.46%
Relación de solvencia con VaR (mínimo 9% y 10,5% para 2020 y 2021, respectivamente)	13.51%	25.86%	91.41%

La variación en el índice de solvencia se produce por el cambio en la metodología de cálculo, en 2020 los Activos ponderados por nivel de riesgo fueron calculado por la cartera neta de provisiones mientras que en 2021 la metodología incorporó Basilea III, es decir, en la fórmula incluye el efecto de la garantía recibida, lo que está mitigando el riesgo de crédito y dando lugar a activos ponderados por riesgo más bajos en porcentaje de exposiciones para todos los tipos de cartera (consumidor + grande + mediano + pequeño e incumplimiento). Esto provocó que Por tanto, los activos ponderados por nivel de riesgo han disminuido a pesar de que la cartera final neta de provisiones presenta un crecimiento del 19,19%

El Índice de Solvencia de RCI Colombia en 25,86% está muy por encima del mínimo regulatorio de 10,5%, lo que ilustra la solidez de su balance y su capacidad para hacer crecer su negocio.

Cuenta de Resultados Acumulada

(Millones de pesos)

Con una variación de $31.402 millones en su utilidad neta, RCI Colombia termina exitosamente su quinto año completo de operación.

Resultado	31 de diciembre de 2020	31 de diciembre de 2021	% Variación
Intereses cartera de créditos	259,207	320,287	23.56%
Gasto por intereses	(101,430)	(103,981)	2.52%
INGRESO NETO POR INTERESES	**157,778**	**216,306**	**37.10%**
Ingresos netos por comisiones	(4,692)	(5,616)	19.70%
Deterioro de cartera	(57,766)	(47,323)	(18.08%)
MARGEN BRUTO	**95,320**	**163,367**	**71.39%**
Ingresos y gastos operacionales	4,109	4,172	1.53%
Gastos generales administración	(51,826)	(59,944)	15.66%
Beneficio a empleados	(10,606)	(11,258)	6.15%
Legales	(55)	(74)	34.54%
Custodia de valores o titulos	0	(240)	100.00%
Honorarios	(1,359)	(2,063)	51.76%
Impuestos y tasas	(18,351)	(21,582)	17.61%
Arrendamiento	(142)	(173)	21.43%
Mantenimiento y reparaciones	(82)	(294)	257.21%
Contribuciones y afiliaciones	(1,485)	(952)	(35.88%)
Seguros	(2,023)	(2,106)	4.09%
Adecuación e instalaciones	(56)	(74)	32.65%
Diversos	(17,666)	(21,128)	19.60%
Ingresos/gastos de activos mantenidos para la venta	(1,748)	(2,011)	15.03%
MARGEN OPERACIONAL	**45,855**	**105,584**	**130.26%**
Depreciaciones y amortizaciones	(1,971)	(1,728)	(12.33%)
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	**43,884**	**103,856**	**136.66%**
Impuesto de renta y complementarios	(6,724)	(35,295)	424.89%
BENEFICIO NETO	**37,160**	**68,562**	**84.51%**

Áreas & Actividades

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

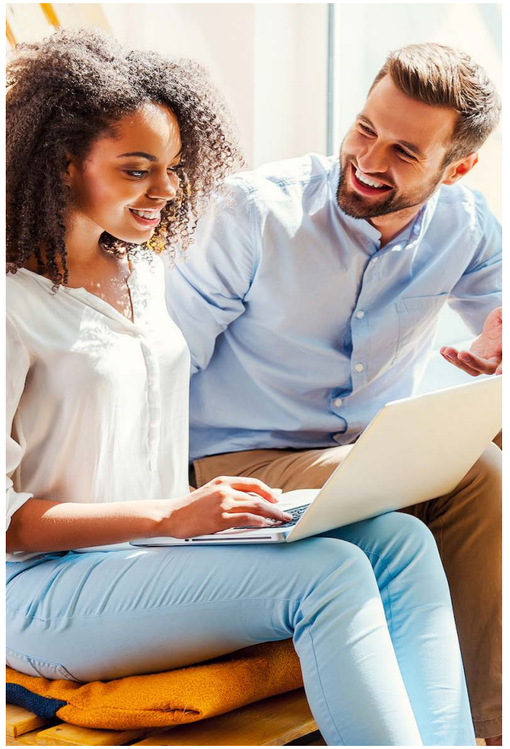
Marketing

Para el año 2021 la cifra de tasa de intervención de RCI en el canal de flotas superó el presupuesto establecido de 32,6% en 5,8 puntos porcentuales. Este resultado positivo es alcanzado gracias al trabajo en conjunto con la Marca que ha sido exitoso y eficiente al proponer ofertas de financiación atractivas para los clientes del segmento de flotas.

En comparación con el año 2020, RCI no logró superar el resultado del cierre del año anterior (41,6% en 2020 vs 38,4% en 2021). Esto como consecuencia del alto porcentaje de participación de las ventas directas dentro del canal de flotas.

RCI no participa de estas ventas efectuadas de manera directa debido a que estas se realizan por mecanismos de financiación diferentes al crédito, por lo que la participación sobre la financiación se reduce cuando el volumen de las ventas directas aumenta.

Adicionalmente, en las flotas de proximidad se evidencia un incremento generalizado de las compras de contado. Y, particularmente, en las flotas de proximidad persona jurídica se presentó una migración de las empresas que compran en directo a Sofasa hacia la red de concesionarios debido a la falta de inventario de vehículos de la Marca. Todo lo cual influyo para que la tasa de intervención no alcanzará el nivel obtenido en 2020, si bien estuvo por encima del objetivo del año.



Seguros y Servicios

El 2021, como es conocido fue un año de grandes retos y los seguros y servicios no fueron la excepción. Todo ese entorno de nuevos confinamientos y restricciones en la oferta de vehículos se convirtió en una oportunidad para ver formas de consolidar la oferta de seguros y servicios que se traía de años anteriores, de rentabilizar los productos vigentes y de encontrar nuevas formas de llegar a los clientes que ya venían con un esquema de contacto diferente por los confinamientos de 2020.

En cuanto al resultado general, se obtuvieron cifras récord en servicios como el seguro de cuota o protección financiera; así como, en la colocación de garantías extendidas y contratos de mantenimiento. También se mantuvo el buen desempeño con el que veníamos de años anteriores en los otros productos como el seguro de vida y el seguro de auto. Esta consolidación de los productos vigentes se logró en gran parte gracias al trabajo conjunto con la red de distribución y a la inclusión de todos los servicios en los esquemas de remuneración de la red.

Se trabajó en asegurar una oferta más clara y competitiva para los clientes. Como ejemplo, para el servicio de garantía extendida se hizo un cambio de tomador de riesgo a Renault lo que permitió tener precios más competitivos y mejores ingresos para RCI. Este cambio hizo posible una mejor oferta para el cliente, acompañada de un buen esquema de remuneración, lo cual dejó como resultado un indicador de colocación de este servicio destacable frente a los años anteriores. También, el seguro de cuota fue modificado para que la oferta se adecuara a cada tipo de cliente y se incluyó este seguro en el esquema de remuneración.

Otro frente importante de trabajo fue el acercamiento y flujo de comunicación con los clientes. Para el seguro de auto se implementó la automatización del aviso de renovación a través de correos electrónicos y la posterior aceptación de la propuesta de renovación con tan solo un click por parte de los clientes. El resultado es un proceso más limpio para el cliente con efectos positivos en la efectividad de las renovaciones y la experiencia cliente.

Estas acciones combinadas dieron consistencia a la oferta de servicios de RCI para los clientes lo que permitió los buenos resultados y genera unas bases sólidas para continuar con los buenos resultados en 2022.

Experiencia Cliente

El año 2021 implicó nuevos retos para la compañía en torno a la experiencia y el servicio al cliente. Durante el año se realizaron diversas acciones que permitieron fortalecer los procesos y continuar en línea con la evolución del negocio y las necesidades de los clientes.

En relación con el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), durante el año 2021 fueron atendidas las peticiones y quejas radicadas por los clientes de manera oportuna, dentro de los términos establecidos y cumpliendo con los ANS definidos por la Compañía. Se dio cumplimiento a todos los requerimientos recibidos de los entes de control y autoridades competentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Defensor del Consumidor Financiero, Revisoría Fiscal y Auditoría Interna BBVA. Adicional a lo anterior, fueron incorporadas al proceso de atención a clientes todas las recomendaciones recibidas por parte de la Consultoría de Protección y Tratamiento de Datos, realizada por el área Jurídica para este fin.

Buscando encontrar permanentemente soluciones para ofrecer un mejor servicio y obtener información más correcta y organizada sobre los clientes, se realizaron diferentes actividades de la mano del aliado estratégico para la atención de los clientes y otras áreas de la compañía, actualizando procesos existentes, implementando mejoras y automatizaciones en algunos de ellos; asimismo, incluyendo nuevos temas normativos requeridos.

Todo lo anterior ha permitido ser más eficientes, entregar respuestas más oportunas a los clientes y mitigar las peticiones y quejas recibidas.

En la Experiencia del Cliente las acciones principales realizadas fueron:

Customer Journey TO BE: El Customer Journey del cliente fue mejorado, logrando una visión 360 más amplia que incluye todas las etapas del proceso de compra del vehículo y financiación, todos los momentos de verdad, las múltiples interacciones, los canales de comunicación y las expectativas del cliente. Así mismo, a partir de esta visión 360 mejorada, fueron identificados planes de acción concretos en la relación con los clientes, los cuales contribuyen a generar una experiencia más satisfactoria para estos.

Programa VOC - Voz del cliente: Considerando este programa como una pieza fundamental, RCI Colombia continúa realizando y participando de las encuestas dirigidas a diferentes segmentos de clientes (Clientes finales y Concesionarios), a partir de las cuales conoce su percepción sobre el servicio ofrecido, identifica los aspectos a mejorar y genera los planes de acción requeridos; los cuales son trabajados luego en equipo con las diversas áreas de la Compañía. Adicional a estas dos encuestas, en el segundo semestre fueron implementadas unas encuestas en caliente (Hot Survey) en cada uno de los canales de atención disponibles, con el fin de identificar posibles insatisfacciones e implementar los planes de acción correspondientes.

Durante el 2021, RCI Colombia realizó y participó en diversas encuestas que ofrecieron información relevante. Una de ellas es VOC RCI Cold Survey. Para el 2021 el objetivo del año era alcanzar un NPS de +44 y tenemos el gusto de informar que el NPS final obtenido fue +48. Este resultado ubica a la compañía cuatro puntos por encima del objetivo del año y evidencia una mejora en la percepción de los clientes que se deriva en un aumento en el nivel de recomendación, gracias a los esfuerzos realizados por todas las áreas en conjunto y su compromiso.

RCI Colombia continúa en el camino a ser una compañía centrada en el cliente, trascendiendo en términos de servicio y vinculando a sus clientes a través de la confianza; buscando ofrecer una promesa de servicio clara y experiencias placenteras en cada punto de contacto del cliente a lo largo de su proceso de crédito. El trabajo en equipo permanente y el compromiso de cada uno de los integrantes de la compañía ha permitido lograr cada vez entregar una mejor experiencia a nuestros clientes.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Gestión de la relación con clientes CRM

2021 pasa a la historia como un año de desafíos para la industria automotriz, desafíos que revelaron oportunidades de transformación en el planteamiento estratégico y pusieron a prueba la capacidad de adaptación, la resiliencia y la velocidad de reacción de los equipos. La gestión de prospectos y clientes no fue la excepción, durante el transcurso del año nos permitimos redefinir los flujos de trabajo, roles y actividades y; como resultado de ello, se generó un trabajo transversal que engranó los equipos de Marketing (Producto, CRM, CXM, Seguros y Servicios) con el equipo de ventas y los concesionarios. Esto posibilitó la construcción de un flujo sistemático de procesos que tiene como premisa que la conversión al desembolso es posible gracias a la armonía en el funcionamiento de cada una de las fases del ciclo del negocio.

Así pues, el programa de gestión de leads estuvo compuesto de distintos proyectos que incluyen actividades desde la especialidad de cada una de las áreas del negocio. El objetivo es el de impactar los diferentes frentes para lograr aprovechar las oportunidades de conversión al desembolso.

Desde esta perspectiva, durante el segundo semestre del 2021, se consolidaron proyectos orientados a la gestión de leads estancados en diferentes fases del proceso y la gestión de renovación de clientes. Todos ellos abordados desde cuatro frentes fundamentales:

1. El primero de ellos tiene que ver con el uso del ***análisis descriptivo*** para el desarrollo de actividades como:

El perfilamiento de clientes, el principal objetivo de este pilar es el desarrollo del análisis descriptivo de los prospectos que han radicado solicitudes de crédito; así como, de clientes efectivamente desembolsados. Para esto se han desarrollado esquemas de seguimiento automatizados que permiten ver la información relevante.

Análisis de Cancelaciones: Con el fin de mejorar la visibilidad sobre la estacionalidad y volumen de la cancelación de créditos y, sobre todo, de aquellos que se cancelan anticipadamente se ejecutó el análisis descriptivo de la base de clientes explorando las tendencias. Como resultado de este ejercicio analítico, se desarrolló el Monitor de Cancelaciones.

2. El segundo de los pilares es ***despliegue e integración*** de modelos de trabajo transversales con los equipos de gestión de prospectos. Para lograr el objetivo de llegar al cliente con la oferta correcta, en el momento correcto y por el medio más adecuado es necesario el trabajo conjunto de las diferentes áreas participantes. Esto hace posible realizar los procesos de manera más rápida y eficiente cumpliendo con las expectativas del cliente.

3. El tercer pilar se desarrolla mediante la reportería y se trata del ***seguimiento continuo de los resultados.*** En este sentido, los modelos de trabajo relacionados con la gestión de prospectos han sido acompañados de Dashboards o tableros de control. La gran apuesta del año ha sido la automatización de los procesos con el objetivo de lograr mayor eficiencia y efectividad en la operación; así como, la optimización de los recursos de los equipos involucrados.

4. El cuarto pilar, uno de los más relevantes, se concentra en la ***analítica de datos y el desarrollo de modelos descriptivos, prospectivos y predictivos*** para el análisis profundo de los datos. El objetivo es crear valor mediante el uso de la analítica de datos, identificando las variables que mejor describen los hechos y que permitirán mejorar el diseño de las acciones presentes y futuras.

Cabe resaltar que en todos los procesos se ha buscado la integración de la gestión de prospectos entre RCI y RENAULT mediante la colaboración en los proyectos con el objetivo de impulsar una experiencia transparente, ágil y eficiente para el cliente; que integre el proceso de la compra del vehículo y el proceso de financiación.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Dirección de TI, operaciones y proyectos

La dirección de Tecnología, Operaciones y Proyectos en este 2021 enfocó sus esfuerzos en una alta disponibilidad de los servicios haciendo enfoque en los procesos de gestión de la continuidad del negocio, la creación de una oficina de proyectos ágil y el desarrollo de un plan de transformación digital para la compañía. La semi presencialidad nos ha permitido avanzar rápidamente en diferentes casos de soporte y capacitación a los usuarios.

A continuación, un breve resumen de lo más relevante de nuestra dirección:

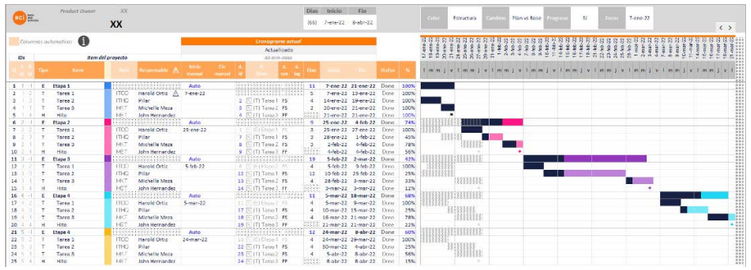
Proyectos

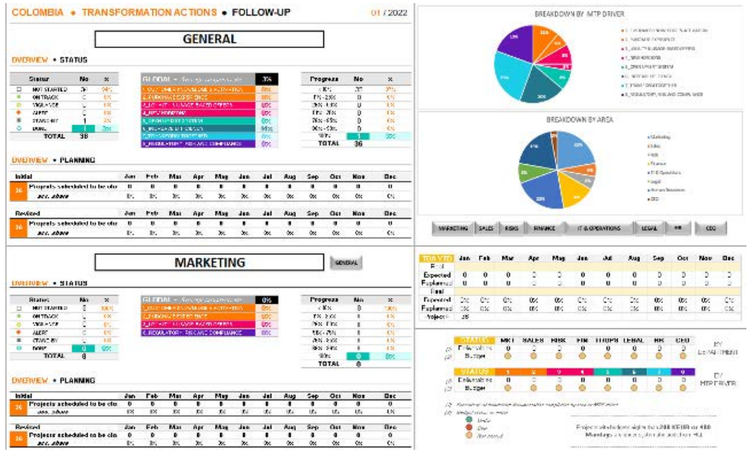
En 2021, la dirección de TI implemento las bases para la transformación de la empresa, en términos digitales y organizacionales. Los nuevos estándares de mercado junto a las nuevas experiencias que exigen nuestros clientes nos hacen evolucionar nuestro modelo tecnológico y operativo, apoyados en una oficina de proyectos agiles.

Durante el 2021:

Se creo una gerencia de proyectos (PMO) para la generación temprana de valor acorde a un marco de referencia Ágil en proyectos.

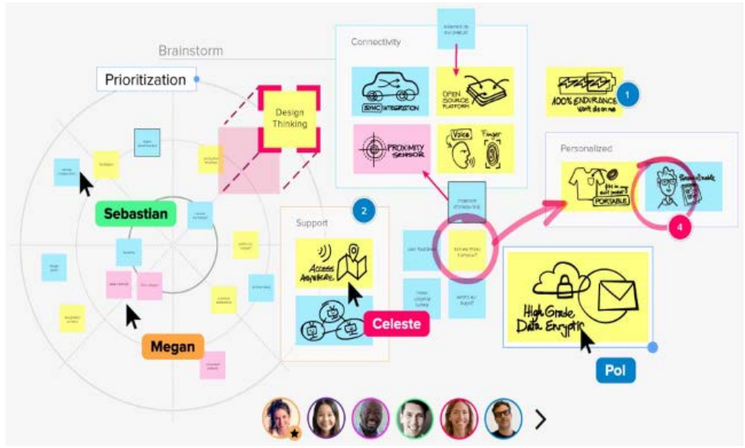
Herramientas de planificación & Seguimiento

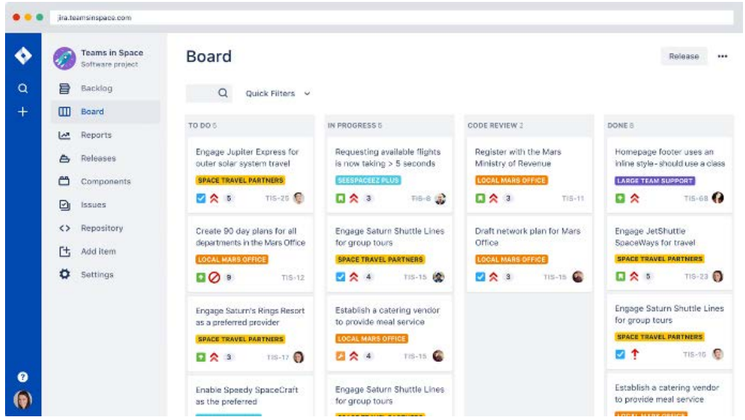




Gestión PPM

Gestión colaborativa

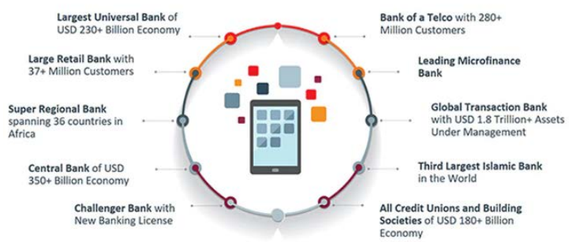




Herramientas de desarrollo

Se evaluaron diferentes opciones para modernizar nuestro sistema, ofreciendo las necesidades digitales que se esperan en el mercado actual a un costo adecuado.

Una solución basado en Bank4Us y Oracle Flexcube



Uno de los grandes logros de RCI Colombia en el 2021, fue la implementación de casi la totalidad de su portafolio de proyectos (98%) y así cumplir con las necesidades de clientes, sus aliados y socios.

Project Portfolio Status for 2021

Status	No	%
NOT STARTED	0	0%
ON TRACK	1	2%
VIGILANCE	0	0%
ALERT	0	0%
STAND-BY	0	0%
DONE	56	98%
TOTAL	57	

Esta nueva oficina de proyectos se encamina, como un referente de buenas prácticas. Logrando una generación rápida y segura de valor.

Tecnologia

Los elementos más relevantes para resaltar con relación al gobierno de TI.

La disponibilidad de los servicios Core, junto a su sistema de respaldo DRP, estuvieron al nivel de las necesidades comerciales de la compañía. Esto significa que no se presentaron caídas significativas durante el año ni fallos de seguridad. Lo anterior se logró optimizando nuestras aplicaciones en la nube, esto generó una alta disponibilidad de la información y los sistemas. Por otro lado, flexibilidad de acceso seguro dentro y fuera de la oficina. Durante el 2021, mejoramos la estrategia de respaldos (backups), buscando costo eficiencia, integridad y confiabilidad de nuestros sistemas.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Disaster Recovery Plan (DRP):

En el 2021, se realizaron pruebas al plan de recuperación de desastres con resultados satisfactorios acordes a los tiempos exigidos por casa matriz, el cual permite dar continuidad al negocio desde el punto de vista tecnológico, de llegar a presentarse una falla de proporciones tales que impida el acceso a las aplicaciones que se encuentran dentro de la infraestructura de RCI COL. Para ello disponemos de nuestro nodo principal en la región de Virginia y como región de contingencia Oregon – Nube de AWS EEUU.
Desde el gobierno de TI, exigimos a los proveedores de aplicaciones tipo Software como Servicio (SaaS), que estos garanticen una alta disponibilidad, junto a unos altos niveles de seguridad y un plan de DRP, con pruebas anuales.

Seguridad:

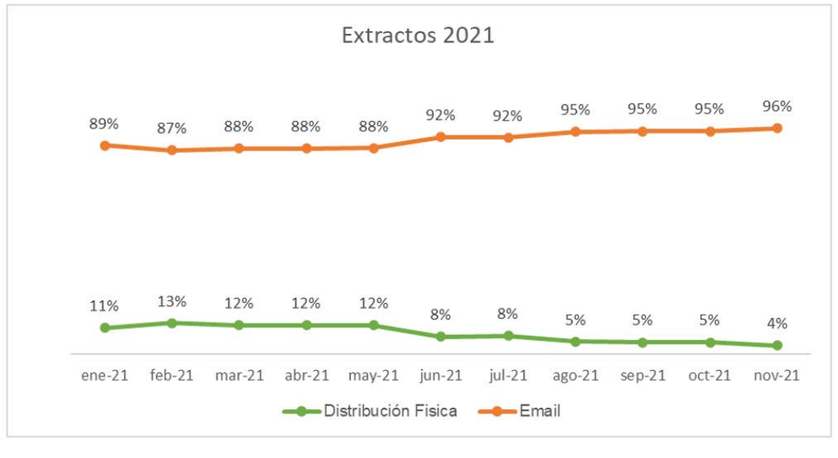
RCI Colombia se encuentra alineado a las políticas de seguridad del grupo en el manejo del parque informático y su red de datos. Así mismo, nuestra nube implementa políticas SOC y el Well Arquitected Plan, asegurando las mejores prácticas en seguridad de la información y sistemas.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Operaciones

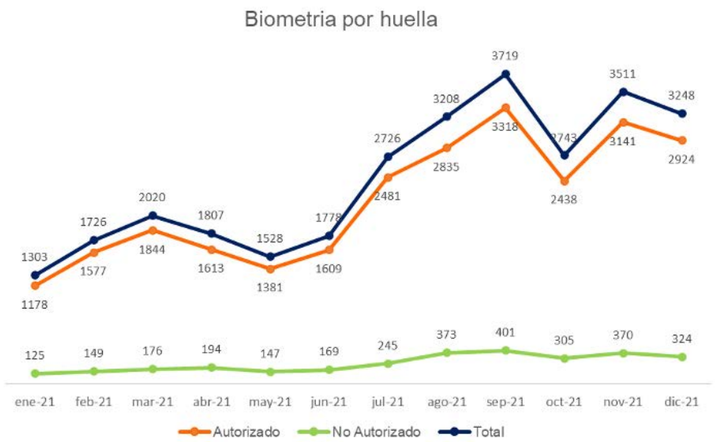
Extractos

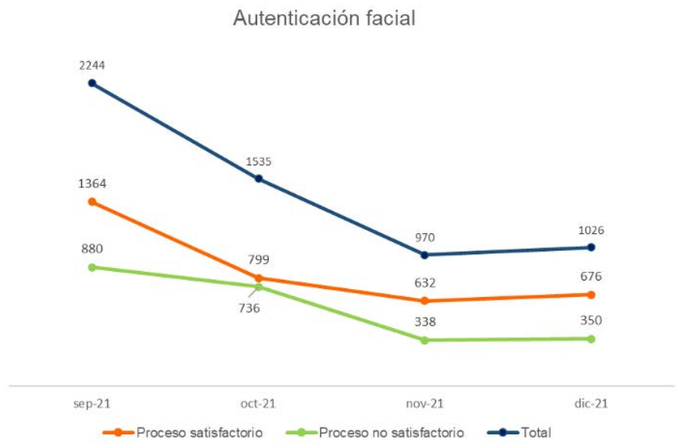
En 2021 RCI Colombia emprendió una campaña de migración de envió de extractos de físico a electrónico buscando mayor agilidad, seguridad, eficiencia y servicio para nuestros clientes alcanzando para el mes de noviembre un 95% de entregas electrónicas.



Autenticación clientes

Desde el año 2017 en convenio con Asobancaria-Certicámara-RNEC, se implementó el servicio de autenticación biométrica por huella con el ánimo de mitigar los riesgos de suplantación y brindar mayor seguridad para nuestros clientes en su proceso de vinculación. En 2021, siguiendo con de proceso de transformación digital, se contrató el servicio de autenticación facial con el operador Biométrico Certicámara, esto con el fin de dar mayor cobertura a los clientes permitiendo autogestión desde cualquier dispositivo.





Dos métodos de autenticación biométrica para nuestros clientes:

Dactilar:

Facial:

Canales de recaudo

RCI Colombia tiene a disposición de sus clientes diferentes canales de recaudo como son:

- Alianza Fiduciaria (Bancolombia, AV Villas, Banco de Occidente, Banco de Bogotá, Itaú y Davivienda).
- Banco BBVA.
- Débito directo (Bancos afiliados ACH – Convenio BBVA).
- Botón de pagos PSE.

Comercial

Durante el año 2021, el programa de capacitación alcanzó 708 horas más de las 700 horas definidas como objetivo, cuyo plan de trabajo permitió la implementación del programa de capacitación destinado al equipo de back office operativo comercial, los asesores RCI, y vendedores de la Red de Concesionarios para todas las líneas de negocio. El entrenamiento se diseñó buscando abarcar todos los temas técnicos y operativos necesarios que permitan a los asesores llevar a cabo el proceso de venta de una manera responsable y eficaz, mejorando la performance comercial en línea a los excelentes resultados del año.

Conforme a la estrategia de grupo Together 4 Customers, el programa contempla cinco ejes de formación para generar la sensibilización a los asesores y así mismo dar relevancia a la academia técnica y academia del ser, acompañado de estrategias de comunicación como Webinars, tips, mailings, y formaciones virtuales. De igual forma, el equipo de capacitación retomó las formaciones presenciales luego de la reapertura de salas con la reactivación y asistencia en la red. Estas experiencias se acompañaron de algunos módulos gestionados a través de la herramienta de capacitación Sé+ Clap, y la creación del formador virtual Mr Clap Sé+, como acompañamiento en las comunicaciones del área comercial cuyo objetivo principal es dar las herramientas y tips claves para la venta puntual de cada producto, resaltando las ventajas y beneficios para los clientes.

En el último trimestre de 2021, se realizó el acompañamiento para mejorar las técnicas de venta con las nuevas alternativas del mercado y se gestionó la administración del tiempo a través del envío de planeadores para el programa de 2022, logrando una cobertura de 1.500 kits de planeación que son la base para este nuevo año.

Riesgos

La administración y gestión de riesgo se basa en tres pilares: políticas, infraestructura y metodologías. Las políticas son impartidas por la Junta Directiva y la administración a través de una adecuada infraestructura y mejores prácticas metodológicas asegura una efectiva gestión de riesgo.

La Junta Directiva es responsable por establecer y supervisar la estructura de administración de riesgo de la compañía. La Junta ha creado el Comité de Riesgos, el cual es responsable por el desarrollo y el monitoreo de las políticas de administración de riesgo. Este Comité informa regularmente a la Junta acerca de sus actividades.

Las políticas de administración de riesgo son establecidas con el objeto de identificar y analizar los riesgos enfrentados por la compañía, fijar límites y controles de riesgo adecuados, y para monitorear los riesgos y el cumplimiento de los límites. Se revisan regularmente las políticas y los sistemas de administración de riesgo, a fin de que reflejen los cambios en las condiciones de mercado y en las actividades de la compañía. La compañía, a través de sus normas y procedimientos, pretende desarrollar un ambiente de control disciplinado y constructivo en el que todos los empleados entiendan sus roles y obligaciones.

El Comité de Auditoría de la compañía supervisa la manera en que la administración monitorea el cumplimiento de las políticas y los procedimientos de administración de riesgo y revisa si el marco de administración de riesgo es apropiado respecto de los riesgos enfrentados. Este Comité es asistido por Auditoría Interna en su rol de supervisión.

Riesgo de Crédito

Riesgo de Crédito (RC) – es la posibilidad de que RCI COLOMBIA S.A. CF incurra en pérdidas y se disminuya el valor de sus activos, como consecuencia de que un deudor o una contraparte incumplan sus obligaciones.

La actividad principal de la compañía es la colocación de créditos de consumo y comercial, dirigidos al segmento de financiación de vehículos, por lo tanto, su principal exposición es el riesgo de crédito, de tal forma que para su gestión la compañía desarrolló e implementó un sistema de Administración de Riesgo Crediticio – SARC, con el fin de:

- Administrar eficiente y adecuadamente el riesgo crediticio al que está expuesta debido a la colocación de cartera.
- Evaluar la exposición crediticia asociada a cada una de sus operaciones de crédito y estimar las pérdidas potenciales que se podrían generar en caso de incumplimiento de las obligaciones por parte de los clientes.
- Estimar la provisión de su cartera de acuerdo con la normatividad vigente expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- Optimizar el portafolio de créditos, generando un equilibrio entre riesgo y rentabilidad con el fin de generar valor para el accionista.

Actividad minorista

El año 2021 continuó con grandes retos en materia de recuperación de la cartera y la originación de nuevos créditos, dado la afectación en general de la economía con impactos en la calidad de clientes y también por la apertura de nuevos mercados. A partir de septiembre de 2020 y durante el presente año, el segmento de vehículos usados de mercados independientes a la Red de Concesionarios Renault, empezó a tener un mayor dinamismo, recibiendo así un 168% más de solicitudes a analizar de este segmento y un cambio en la calidad de la demanda.

Dado lo anterior, y con el fin de no afectar la calidad en la nueva producción, ***la política de admisiones*** presentó cambios para restringir la entrada de perfiles riesgosos, especialmente de vehículos usados al igual que en perfiles de clientes, el segmento de independientes continuó con las restricciones aplicadas desde el año anterior. Es así como el año 2021, lo cerramos con una tasa de aprobación promedio de 52.6% versus 62% en 2020.

Por otra parte, no se presentaron cambios en los modelos de aceptación. Los resultados de backtesting realizados durante el año, continúan mostrando un adecuado rendimiento de los modelos.

Aun en 2021, con la reactivación económica, continuamos con impactos en la calidad de la cartera, especialmente en clientes con disminución de ingresos o que su grupo familiar se vio afectado por la pandemia. En este sentido y en línea con las circulares externas 007, 014 y 022 del 2020, y para 2021 la CE 039 y 012 emitidas por la Superintendencia Financiera de Colombia, RCI Colombia S.A, realizo la ampliación de la segunda fase de alivios. En esa ampliación, con vigencia entre enero y agosto de 2021, se continuó con el análisis individual de la situación financiera de cada cliente. Para quienes se estimó viable otorgar un nuevo alivio, se solicitó el 50% de pago sobre el valor de la cuota y el restante se prorrogó al final del crédito. En este periodo se otorgó alivios a 6.911 clientes, de los cuales el 72% ya habían sido beneficiarios de alivios en las anteriores fases.

Además, para enfrentar esta coyuntura económica se dispuso de toda una estrategia de gestión de cobro y recuperación de la cartera orientada a fortalecer las políticas, procesos y procedimientos que permitieran controlar y contrarrestar el deterioro del portafolio. Se centralizó en el área de cobranza toda la atención y gestión de clientes afectados financieramente y que pudieran ser objeto de medidas especiales. Se potenció la capacidad de atención en la casa de cobranza pasando de 37 asesores en 2019 a 62 asesores en 2021 para atender las solicitudes de los clientes y se implementaron políticas de bonificación por objetivos a los asesores que realizan la gestión de cobro. Así mismo, se anticipó el uso de mensajes recordatorios, se anticiparon a 5 días para hacer contacto de cobro y a 45 para iniciar la ejecución de la garantía del vehículo, y se estructuraron políticas de recuperación para periodos de carencia, prórrogas, venta directa de los vehículos a terceros o en su defecto a través de la red de concesionarios (con procesos de subasta que garantizaban el mayor ingreso de compra) lo anterior con el fin de realizar el pago de las deudas, entre otros.

La política de facilitar a los clientes negociaciones amistosas para cancelar total las obligaciones registra un incremento secuencial al pasar de 112 casos en el 2019, a 506 casos en 2020 y 847 casos en 2021.

Desde el inicio de la compañía hasta el cierre de diciembre de 2021, hemos logrado recuperar vía judicial 1.510 vehículos, de los cuales 775 fueron recuperados en 2021 (51% del total). Aunque se presentaron inconvenientes debido a los paros, cierres de Juzgados y cuarentenas sectorizadas que no permitían la movilidad en algunos sectores, se lograron vender 620 vehículos en 2021 (62% del total de 989 vehículos vendidos).

Las medidas tomadas en la aceptación de créditos, en las estrategias de recuperación y del adecuado seguimiento del portafolio de cartera, contribuyó a que la compañía continúe con indicador de cartera sano. Así mismo, para el mes de diciembre de 2021, se realizó por primera vez castigos de cartera. En total se castigaron 1166 contratos los cuales se encontraban provisionados al 100%. Estos contratos corresponden a un monto en capital de $ 32.443 MCOP, con un impacto en el indicador de cartera vencida con más de 30 días en - 118 pbs. Finalmente, el año 2021 cerramos con un indicador de cartera de 5,89%, frente a un indicador de 6,44% del año anterior.

Exposición al Riesgo de Crédito

La exposición al riesgo de crédito para préstamos y partidas por cobrar a la fecha del Balance fue:

EXPOSICION *en miles de pesos*		Capital	Cuentas por cobrar		Rating Mix 12/21	Rating Mix 12/20
			Intereses	Otros conceptos		
MINORISTA	Categoría A	2,313,344,426	14,468,579	38,575,221	90.0%	88.6%
	Categoría B	92,386,394	1,543,405	5,329,718	3.8%	4.3%
	Categoría C	72,541,523	690,235	5,271,496	3.0%	2.8%
	Categoría D	71,643,893	369,730	6,665,561	3.0%	2.8%
	Categoría E	6,497,781	19,299	1,008,490	0.3%	1.4%
MAYORISTA	Categoría A	121,254,244	1,029,281	-	99.9%	99.9%
	Categoría D	125,416	-	-	0.1%	0.1%
Totales		**2,677,793,677**	**18,120,529**	**56,850,485**		

La exposición de RCI COLOMBIA S.A. CF está directamente relacionada con la colocación de su cartera. Por lo tanto, la estructura organizacional de riesgos adoptada por la compañía está basada en el modelo integral de riesgos que cubre la adecuada gestión del ciclo de riesgos, desde la definición de la política de crédito, perfiles de riesgos, proceso de originación, seguimiento y evaluación de la cartera, recuperación, calificación de la cartera y estimación de las provisiones. Lo anterior apoyado de herramientas y metodologías de Riesgo de Crédito.

RCI COLOMBIA S.A. CF ha establecido una política de riesgo bajo la cual se analiza a cada cliente en lo que respecta a su perfil de riesgo antes de conceder el crédito. Con el fin de valorar y mantener la calidad de originación, el deterioro de la cartera y el nivel de riesgo de la compañía se monitorea el riesgo de crédito de los clientes según sus características de crédito, como valor solicitado de financiación versus el valor del vehículo, plazo, capacidad de endeudamiento, plan financiero, actividad económica entre otras variables cuantitativas y cualitativas.

Los productos se venden sujetos a la retención de las cláusulas de título, de modo que en caso de no pago la compañía pueda contar con un derecho con garantía.

La cartera mayorista mantuvo la misma calidad en términos de calificaciones con 99.9% de categoría A, mientras que, por efecto de los castigos realizados en Diciembre de 2021 en la cartera minorista, se presenta gran disminución en la participación de la categoría E en dicha cartera.

Es importante mencionar que en la cartera bruta de RCI, hasta la fecha no se han realizado reestructuraciones de crédito.

Pérdidas por deterioro

La antigüedad de los deudores de la cartera mayorista y su nivel de provisión al final del período sobre el que se informa es la siguiente:

MAYORISTA *En miles de pesos*	Cartera y Otros Conceptos	Provisiones	Cobertura	dic-21 %	dic-20 %
Vigentes y no deteriorados	122,283,525	3,812,677	3.1%	99.9%	99.9%
De 31 a 60 días	-	-	0%	0.0%	0.0%
De 61 a 90 días	-	-	0%	0.0%	0.0%
Más de 90 días	125,416	125,416	100%	0.1%	0.1%
Totales	**122,408,940.93**	**3,938,092.92**	**3.2%**		

La antigüedad de los deudores de cartera minorista (comercial y consumo) por cobrar y su provisión al final del período sobre el que se informa es la siguiente:

MINORISTA *En miles de pesos*	Cartera y otros conceptos	Provisiones	Cobertura	dic-21 %	dic-20 %
Vigentes y no deteriorados	2,466,391,326	74,617,007	3.0%	93.8%	93.1%
De 31 a 60 dias	56,475,572	9,387,935	16.6%	2.1%	2.3%
De 61 a 90 dias	27,425,761	7,261,734	26.5%	1.0%	0.8%
Mas de 90 dias	80,063,091	54,353,291	67.9%	3.0%	3.7%
Totales	**2,630,355,750.18**	**145,619,967.52**	**5.5%**		

La calidad crediticia de los clientes es evaluada sobre la base de una política crediticia establecida por el Comité de Riesgo. La compañía ha monitoreado el riesgo de crédito del cliente agrupando los deudores consumo y comerciales.

Al cierre de diciembre de 2021, RCI COLOMBIA S.A. CF ha realizado condonaciones por valor de $ 4.837,25 MCOP y castigos por valor de $ 37.402,17 MCOP.

Riesgo Operacional

Al corte de diciembre de 2021, la compañía registró 31 incidentes de riesgo operacional para un total de 1.099.856 KCOP. Todos los casos y

Año	Numero de incidentes	Suma de perdida Neta KCOP
2019	41	55,326
2020	66	104,760
2021	31	1,099,856
	138	**1,259,942**

planes de acción son monitoreados por el área de Control Interno. En el cuadro que figura a continuación se muestra la evolución de los incidentes de riesgos operacionales en los últimos 3 años:

De los 138 incidentes que se han presentado en la compañía en los últimos 3 años, el 86% se encuentra en estatus cerrado, el 14% restante se encuentra en estatus Documentación en proceso, lo cual indica que el incidente, su impacto financiero y/o recuperación se encuentra en curso.

Perfil de riesgo operacional

El riesgo operacional de RCI Colombia se realiza con base en la matriz de riesgos. En el 2021 la organización ha realizado un cambio en la herramienta tecnológica y se tiene planificado en el primer trimestre 2022 la autoevaluación de riesgos se evidencia que la compañía se encuentra en un perfil muy bajo, considerando la escala definida en la metodología descrita en la sección 3.5-Perfil de Riesgo Operativo Residual del Manual SARO

Fondos de Inversión

Al cierre de diciembre del 2021 la compañía contaba en sus fondos de inversión un saldo por $3.271 MCOP. Los fondos de inversión son contratados con bancos e instituciones financieras, que están calificadas AAA, según la agencia calificadora Fitch Ratings.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez es el riesgo de que la compañía tenga dificultades para cumplir con las obligaciones asociadas con sus pasivos financieros, que son liquidados mediante la entrega de efectivo o de otros activos financieros. El enfoque de la compañía para administrar la liquidez es asegurar en la mayor medida la liquidez suficiente para cumplir con sus obligaciones de manera oportuna, tanto en condiciones normales como de tensión, sin incurrir en pérdidas inaceptables o arriesgar la reputación de la compañía.

La actividad parte en torno al presupuesto anual y al flujo de caja anualizado. Una vez determinadas las necesidades de liquidez que presentan vencimientos contractuales y no contractuales, que para efectos de la medición se denominará liquidez requerida, la tesorería define los activos líquidos con que contará en cada período de acuerdo a las bandas de tiempo establecidas.

Los siguientes son la necesidades de liquidez de la compania para los próximos 30 días y el indicador del riesgo de liquidez:

Riesgo de liquidez	1-7 días	1-30 días
Indicador de riesgo de liquidez (IRLm)	96,250,289	89,816,161
Razón indicador de riesgo de liquidez (IRLr)	2923%	1012%
Límite regulatorio (IRLr)	>=100%	>=100%

Riesgo de mercado

El riesgo de mercado es el riesgo de incurrir en pérdidas por variaciones en el precio, por ejemplo en las tasas de cambio, tasas de interés o precios de las acciones, afecten los ingresos de la compañía o el valor de los instrumentos financieros que mantiene. El objetivo de la administración del riesgo de mercado es administrar y controlar las exposiciones a este riesgo dentro de parámetros razonables y al mismo tiempo optimizar la rentabilidad.

Riesgo de moneda

La compañía no incurre en ningún riesgo de moneda ya que no se poseen depósitos ni cuentas en moneda extranjera. Únicamente cuando se paga a proveedores extranjeros o se monetizan capitalizaciones se realizaron operaciones en moneda extranjera y dichas operaciones fueron realizadas a la TRM del día sin incurrir en ningún tipo de riesgo cambiario.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Financiera

Durante 2021 continuamos con nuestras acciones para diversificar el acceso a financiamiento. Obtuvimos nuevas líneas de crédito con bancos, ampliamos las existentes y aumentamos nuestro fondeo de Mercado de Capitales.

BRC Investor Services confirmó la calificación AAA de RCI Colombia y emitimos nuestro segundo bono público en julio, además de la emisión regular de CDT que mantenemos. Nuestras fuentes de fondeo diversificadas apoyaron nuestro crecimiento comercial.

Por el lado de contabilidad además de apoyar en la definición contable de los nuevos productos, culminamos la documentación de los procesos mejorando el ambiente de control contable para la Entidad.

En el 2021 se realizó un 12.1% más de desembolsos a lo esperado y teniendo presente este aumento desde Control de Gestión se continuó con los planes de acción tendientes a la reducción de los gastos. De esta forma, se logró mejorar el indicador de eficiencia al pasar del 24% en el 2020 al 19.22% en el 2021.

Jurídica

Actividades relevantes desarrolladas:

Durante el año 2021, el área jurídica de la compañía participó en importantes actividades entre las cuales se encuentran las siguientes:

a. Estructuración legal de emisión de bonos
b. Estructuración legal del negocio Nissan
c. Estructuración de Prenda Digital
d. Éxito en procesos judiciales: del 100% se logró cerrar el 90% de los procesos judiciales de manera positiva en etapa de conciliación y solo uno tramitado en su totalidad con sentencia a favor de la entidad)
e. Implementación del Plan de Continuidad del Negocio (Requerimiento 2019052180-059-000 SFC)

Situación jurídica de la sociedad

Durante el ejercicio social con corte a 31 de diciembre de 2021, RCI Colombia condujo sus negocios y operaciones de acuerdo con las normas legales que rigen su actividad y bajo la vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia. Los resultados de los negocios se encuentran reflejados en los estados financieros y los asuntos relevantes acaecidos fueron debidamente informados al mercado a través de los mecanismos de información habilitados por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Superintendencia financiera de Colombia y órganos de control

A la fecha la entidad no ha recibido multas ni sanciones por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia ni de otros órganos de control. Se han contestado todos los requerimientos efectuados por estos a tiempo. Al cierre del ejercicio, RCI Colombia no ha presentado hechos relevantes que puedan afectar materialmente la situación económica, administrativa o jurídica de la Compañía.

Libre circulación de facturas

Atendiendo a lo establecido por la Ley 1676 de 2013, RCI Colombia certifica que ha cumplido con los deberes que le asisten para la recepción y pago de las facturas emitidas a su cargo. Para facilitar la libre circulación y pago de las mismas, se han adoptado entre otras, medidas tendientes a garantizar que las facturas surtan su debido trámite para el pago oportuno y para atender con debida diligencia las solicitudes de descuento de las mismas.

Propiedad intelectual y derechos de autor

Según lo dispuesto en el artículo 47 de la Ley 222 de 1995, modificado por el artículo 1° de la Ley 603 de 2000, informamos a nuestros accionistas que RCI Colombia cumple con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor en el desarrollo de su objeto social, contando con la titularidad de los derechos en mención o con las debidas autorizaciones para explotarlos. Lo anterior, en virtud de los contratos suscritos con los titulares o sus distribuidores autorizados de los derechos de propiedad intelectual y/o de autor. Nuestra marca se encuentra debidamente registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

A 31 de diciembre de 2021 y con posterioridad al cierre, no tenemos conocimiento de reclamaciones pendientes por parte de autoridades o terceros y que involucren posibles violaciones de las normas de propiedad intelectual o de derechos de autor.

Gobierno corporativo

Durante el año 2021, la entidad aplicó y consolido las prácticas definidas en el marco de la estrategia, el gobierno corporativo, la gestión de riesgos y el control interno. Algunos de los principales logros del año en esta materia son: (i) un nivel del 89% en la implementación de mejores prácticas de Código País.

Es de destacar que durante el año la compañía tuvo al interior procesos de divulgación y formación en asuntos de gobierno corporativo y transparencia, con el propósito de asegurar el conocimiento y adecuada administración de dicha información, así como de apalancar el fortalecimiento de la cultura de la ética y el buen gobierno. De igual manera, el proceso de divulgación fue realizado ante los accionistas e inversionistas con el objeto de mantenerlos informados de las mejoras realizadas y garantizar así el conocimiento de la materia de este grupo de interés.

La compañía cuenta con un adecuado desempeño de los sistemas de control interno y de revelación de la información financiera. Así, los estados financieros, indicadores y hechos relevantes fueron presentados en forma periódica al Comité de Auditoría y riesgos y a la Junta Directiva, y han sido dictaminados por el Revisor fiscal. El Comité de Auditoría realizó la supervisión de la información y el reporte financiero; la gestión de los riesgos; la gestión de la auditoría interna y la revisoría fiscal; los asuntos relevantes del sistema de control interno; y el cumplimiento regulatorio, principalmente en cuanto a los programas de prevención de los riesgos de fraude, soborno y corrupción, el lavado de activos y la financiación del terrorismo y la protección de datos personales. Además de las transacciones entre partes relacionadas y el proceso de gestión de conflictos de intereses de los primeros niveles de la alta gerencia.

Seguridad de la información

Dando cumplimiento a las Circulares Externas 052 de 2007, 022 de julio de 2010 y 042 de octubre de 2012, de la Superintendencia Financiera de Colombia, la compañía ha incluido estos requerimientos en el desarrollo de cada proyecto que ha iniciado. De la misma forma, estos requisitos han sido tenidos en cuenta en los procesos de mejora y optimización, garantizando su permanencia y sostenibilidad.

Riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo

En 2021, nuestro Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo operó de forma adecuada conforme a la regulación y políticas internas de la Compañía en cada una de sus etapas de identificación, medición, control y monitoreo. Así mismo, se desarrollaron varios proyectos de actualización y actividades encaminadas a la mejora de los procesos en materia de lavado de activos y financiación del Terrorismo.

Protección de datos personales

Durante el 2021, se realizó actualización con el apoyo de una consultoría externa, del Programa Integral de Protección de Datos Personales, enfocado en la administración, gestión y mitigación de riesgos en virtud de lo establecido en las Leyes 1266 de 2008 y 1581 de 2012, sus decretos reglamentarios y normas complementarias. Se desarrollaron, entre otras, actividades tendientes a la actualización de la Política de Tratamiento de Datos Personales, actualización de manuales Manual de Procesos incorporando las cláusulas las cláusulas contractuales en materia de datos personales, en contratos con proveedores, órdenes de compra, contratos de corretaje de vendedores, empleados y firma de los respectivos otro sí.

Anticorrupción

Durante el 2021, conforme a la política y procedimientos definidos desde Casa Matriz sobre el sistema de anticorrupción, se desarrollaron las siguientes actividades:

- Capacitación o sensibilización a los empleados en temas como código de ética y anticorrupción, conflictos de interés, sistema de whistleblowing.
- Actualización de la matriz de riesgo de antisoborno y anticorrupción.
- Análisis TIM (Third Parties' Integrity Assessment and Management) sobre proveedores y bancos.
- Actualización de los procedimientos de contabilidad, incorporando aspectos o controles relacionados con anticorrupción.
- Gestión y reporte declaraciones de conflicto de interés.
- Gestión y reporte declaraciones de regalos e invitaciones.
- Comunicación a los proveedores sobre el procedimiento y sistema de Whistleblowing del Grupo Renault.

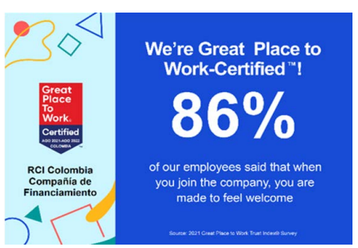
RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Recursos Humanos

El talento humano, como uno de los activos más importantes de RCI Colombia, direcciona el modelo de trabajo de Recursos Humanos a un enfoque de mejora de calidad de vida y desempeño organizacional. Por su parte, el aumento del compromiso y la motivación de los empleados es una prioridad que se viene fortaleciendo en conjunto y proporcional con la calidad de vida.

Great place to work:

RCI Colombia a través de Great Place to Work, realizó la encuesta a sus empleados para medir su nivel de satisfacción y compromiso. obtuvimos el certificado de Buen Empleador con un 86% de:



Great Place To Work.®

Participación 59 empleados.

Aspectos relevantes para mejorar

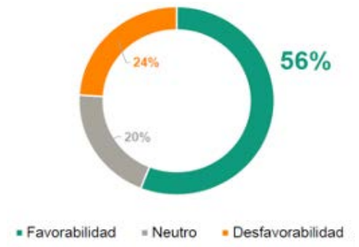
Aspectos mejor calificados

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Encuesta carga laboral:

Se realizó una medición sobre la percepción de carga de los empleados como plan de acción de mejoramiento dentro de la Compañía, después de algunas mediciones de clima previas.

Se escogió a Korrn ferry, una compañía mundial de consultoría organizacional experta en la medición de distintos procesos organizacionales para impulsar en ellas el desarrollo superior.



Formación

Coach de Equipos

Para el 2021 el Programa de Coach de Equipos cumplió 4 años de continuidad en la búsqueda del fortalecimiento de equipos de trabajo y el logro de aumento de eficiencia y mejora de las relaciones entre los empleados.

Esta estrategia dirigida al aumento en la calidad de los resultados impactó para el 2021 a los equipos de Comité de Dirección, Contabilidad, TI y Operaciones.

Grupos de apoyo

La Brigada de Emergencia, Comité de Convivencia y Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo recibieron un promedio de 25 horas de formación por integrante en diferentes temas enfocados al qué hacer de dichos comités dentro de la organización: Sistemas de Comando de Incidentes, Primeros Auxilios, Abordaje de Acoso Laboral, Desastres Naturales, Químicos, Simulacros, Inspecciones.

Las formaciones se llevaron a cabo en diferentes canales adaptados a las nuevas circunstancias laborales y la migración del home-office al esquema híbrido.

Programa liderazgo:

Este programa ofreció a los lideres de RCI una dosis alta de autoconocimiento respecto a lo que supone el liderazgo en el Grupo y como se ejerce, para lo cual es tenido como eje los comportamientos profesionales consignados e el Renault Way. Se enfocó el liderazgo y la transformación desde la perspectiva de liderarse y transformarse a si mismo y de diseñar, aplicar y llevar a cabo retos transformadores primero desde lo individual. En primer lugar se hizo una medición psicométrica de ese perfil de líder y posteriormente se ejecutó un programa de coach individual que facilitara la concientización de las necesidades individuales.

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Responsabilidad social empresarial:

Para RCI Colombia es importante promover la Responsabilidad Social Empresarial y esta año decidimos unir esfuerzos con la Fundación Renault para apoyar el programa de becas ***"German Camilo Calle"*** con el que apoyamos dos jóvenes de escasos recursos durante toda su formación profesional.

Renault Group Fundación Colombia

+BECAS | GROUPE RENAULT FUNDACIÓN COLOMBIA

Donación Regalos de Navidad y de Tablets institución Álamos:

Los empleados de RCI fueron invitados a donar un regalo de navidad para los niños de la institución, que fueron entregados por empleados de RCI. También fueron donadas 10 tablets dadas de baja en la compañía para apoyar los procesos académicos de la institución.

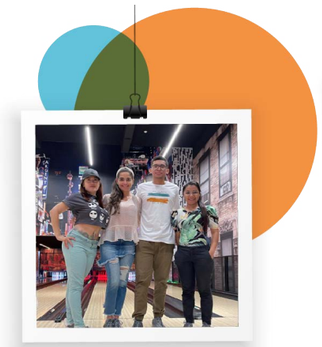
Work life:

Espacios para compartir:
Asumiendo el reto que implica compartir en la virtualidad, durante el 2021 se diseñaron diferentes espacios para mantener a los equipos unidos y para recordar a todos los empleados que son importantes y que la experiencia de ser un Empleado RCI, todo el tiempo esta siendo pensada y ejecutada pensando en su bienestar y en cada una de sus historias, vivencias y contextos.
Los espacios para compartir y reconocer no cesan, solo se transforman.

Un café con la Dirección

Baby Shower

Día del padre



Integración

Integración de equipos

Día de la madre

Té con recursos

Beneficios a la carta:

Con el objetivo de que cada empleado pudiera disfrutar al máximo sus beneficios, elegir el qué quiere, cómo lo quiere, dónde lo quiere y cuándo lo quiere. RCI permitió a través del esquema de Beneficios a la Carta que el monto total invertido en beneficios fuera administrado por cada empleado dentro de las categorías más solicitadas preconstruídas y consultadas con todos; de esta forma el manejo y disfrute de los beneficios tuvo una mayor acogida y el esquema logró alta adherencia y uso del presupuesto destinado para este fin.

En RCI nos cuidamos, en RCI nos vacunamos:

En RCI Colombia se fortalece año a año la cultura del cuidado, los tiempos de pandemia han sido sin duda momentos importantes para recordar lo importante que es ser conscientes y responsables con el cuidado propio y el de las demás personas, pensando en los seres amados y en el bienestar social que depende de nuestro actuar.

A través de la ANDI, RCI Colombia compró para sus empleados, contratistas y familiares las vacunas contra la Covid-19 promoviendo que todos pudieran obtener el esquema completo, reduciendo los riesgos; esto permitió la implementación del esquema híbrido que además se reforzó con medidas de bioseguridad implementadas desde el inicio de la pandemia.

Semana de la salud

- Se atendieron 60 colaboradores localmente y 11 de forma remota.
- Se realizó campaña preventiva alcohol y tabaco.
- Consulta nutricional vía presencial y virtual.
- Capacitación Emergencias en Casa.
- Énfasis: visual, nutricional, osteomuscular.

Evaluación médica

Evaluación optometría

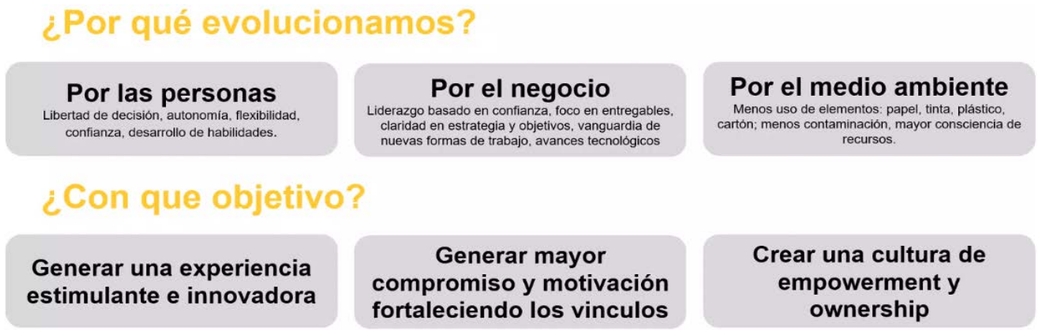
Capacitación emergencias

Evaluación nutricional

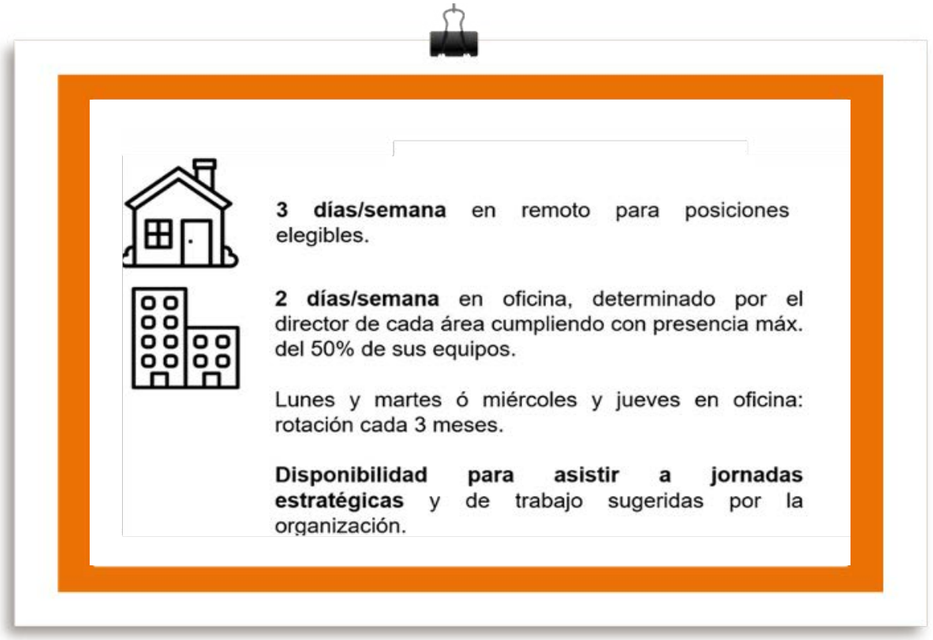
Nueva forma de trabajo

Para la adecuación del puesto de trabajo en casa en el modelo hibrido se entregó a cada empleado un bono único de $600.000.

Trabajo remoto



Esquema Hibrido



Programa Moviliza-te

El trabajo en casa generó cambios en el estilo y los hábitos de vida:

- Disminución en la actividad física.
- Consecuencias a la salud física y mental.

En RCI nos ingeniamos un programa que ayudara a combatir el sedentarismo y que permitiera a los empleados posibilidades de unirse a través de diferentes actividades físicas desde la distancia. Para ello se generó el beneficio de compra de reloj GARMIN VIVO ACTIVE 3 con GPS por un valor muy interesante, con porcentaje de apoyo del 15% y la propuesta de deducir el valor restante en 4 nominas.

Celebración 5to Aniversario:

RCI Colombia celebró sus primeros 5 años de existencia como compañia de financiamiento y desde la virtualidad con una trasmision en vivo en formato Noticiero, se involucraron diferentes protagonistas de la construction de la compañia y de los losgros y exitos obtenidos . Se desplegó un video con la historia de La Compañía y sus antecedentes, y se celebraron los primeros quinquenios de 25 empleados.

Gestión de desempeño

La Gestión del Desempeño es una herramienta de alta importancia, aplicada al 100% de los empleados, con la finalidad de medir el rendimiento organizacional y el desarrollo de los objetivos y KPI´s organizacionales.

Cada año durante el primer periodo del año todos los jefes con sus equipos establecen metas y objetivos que contribuyen de manera directa al logro de los KPI´s de la compañía.

Esta evaluación permite hacer un balance de la gestión individualizada, y es la base para el pago de la remuneración variable, es decir, de la Bonificación Anual por Objetivos. En 2021 se aplicó al 100 % de los empleados

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Junta Directiva

PRESIDENTE

Jean Philippe Vallée

Jean Marc Saugier

Germán Enrique Rodríguez

Álvaro de la Puente

David Aguirre

Lía Nicolasa Heenan Sierra

José William Londoño

Diogo Novo Cesarino

COMITÉ
DE DIRECCIÓN

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

4.

1. **Diogo Novo Cesarino**
Director General

2. **Diana Isabel Macias**
Gerente de Recursos Humanos

3. **Juliana Uribe Mejía**
Gerente Jurídica

4. **Antonin Hugot**
Gerente de Riesgos

5. **Jose William Londoño Murillo**
Gerente Financiero

6. **Dora María Jaramillo**
Gerente Comercial

7. **Natalia Estrada**
Gerente de Marketing

8. **Andrés Castelblanco**
Gerente de TI y Operaciones

RCI COLOMBIA
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

Carrera 49 # 39 Sur - 100
Envigado - Antioquia

clientesrci@rcibanque.com

www.rcicolombia.com.co