



## BANCA DE PERSONAS

Banca Persona tiene como objetivo fomentar el ahorro y brindar cobertura integral a las necesidades financieras de todas las personas físicas, ofreciendo servicios de calidad a bajo precio, promoviendo la inclusión financiera y la accesibilidad universal a los servicios bancarios.

Los diferentes productos son gestionados según sus especificidades, por la División Crédito Social, enfocada en la concesión de crédito social consumo y crédito hipotecario, y la División Persona, orientada a la captación, las tarjetas de crédito y demás productos.

### Captación del sector privado residente y no residente

El Banco República continúa siendo líder del mercado de depósitos con el 53,7% de los clientes del sistema. En 2012 se registró un incremento de 83.234 clientes, ascendiendo a un total de 975.738 a diciembre de 2012.

A dicha fecha, los depósitos del Sector Privado y Externo sumaron US\$ 9.844 millones, correspondiendo US\$ 7.545 millones a Banca Persona (76,6%). Asimismo, los depósitos de personas físicas en el BROU registraron un crecimiento anual del 14,3%.

Al cierre de 2012 el 25% de los depósitos de personas físicas correspondían a plazo fijo, de los cuales el 56% se encontraba depositado a plazos de 181 días en adelante.

La tendencia refleja una alta propensión de los clientes hacia productos de mayor liquidez. Los depósitos a la vista representaban el 71% del total de depósitos a fines de 2010, incrementándose a 73% al cierre del año 2011 y a 75% en 2012.

## DEPÓSITOS DEL SECTOR PRIVADO Y EXTERNO

Saldo en millones de Dólares

Tipo de Depósito y Moneda	2010	2011	2012
Pesos	1.889	2.256	2.580
Vista	662	775	833
Caja de Ahorro	879	1.099	1.311
Plazo Fijo	348	382	436
Unidades Indexadas	198	344	409
Moneda Extranjera	5.406	6.064	6.855
Vista	776	939	1.006
Caja de Ahorro	3.342	3.873	4.566
Plazo Fijo	1.288	1.252	1.283
<b>Total</b>	<b>7.493</b>	<b>8.664</b>	<b>9.844</b>

En lo que refiere a la estructura por monedas, en el año 2012 se registró un incremento de la participación de los depósitos en moneda nacional. Los mismos representaron el 26% en diciembre de 2011 (3% en unidades indexadas y 23% en pesos), creciendo a 30% en 2012 (4% en unidades indexadas y 26% en moneda nacional).

## CRÉDITO A LAS PERSONAS

### Crédito Social

El crédito a particulares<sup>1</sup> es atendido a través de División Crédito Social, que a partir de mayo de 2012 y por una decisión institucional, anexó a su cartera el negocio de créditos a las personas hasta esa fecha comercializado por la División Banca Persona. Esto naturalmente significó la incorporación de nuevos productos, que si bien su destino no deja de ser el consumo, sus características diferentes hacen que satisfagan otras necesidades a las comúnmente administradas hasta ese momento por la División Crédito Social. De esta forma, el negocio se amplió no solo en este sentido, sino también en cuanto a la gama de monedas ofrecidas, ya que se incorporó al dólar y el euro, brindando así una atención más integral al cliente.

Dentro del crédito al consumo cuenta con una variada gama de líneas que abarcan: préstamos a pasivos, préstamos a activos (créditos sobre sueldos a empleados de empresas públicas y privadas, adelantos sobre plazos fijos) y préstamos pignoraticios.

1- A excepción de tarjetas de crédito.



Adicionalmente, la División concede créditos de gran impacto social, los cuales tienen como finalidad no solo ofrecer un crédito en condiciones beneficiosas, sino también permitir el acceso al financiamiento a determinados segmentos sociales; como los afectados por catástrofes naturales, docentes que necesitan acceder a la tecnología a través de computadoras portables con fines educativos, así como también otros planes de análoga finalidad e impacto. En el año 2012 se diseñó e implementó un nuevo producto que cuenta con una bonificación del 50% sobre las tasas normales, dirigido a personas con capacidades diferentes para adquisición de automotores y sistemas de adaptación para mejorar su calidad de vida e inserción social.

El total de clientes atendidos por la División Crédito Social al cierre del año 2012 fue de 414.000 personas, 11.000 de los cuales fueron incorporados debido a la integración del negocio de la División Banca Persona.

Las colocaciones totales alcanzaron la cifra de US\$ 1.887 millones al cierre del ejercicio 2012, lo que representó un incremento de 14% con respecto a 2011.

El Crédito Social Consumo continuó siendo el principal producto de la División, con un saldo colocado de US\$ 1.818 millones a finales de 2012. En lo que refiere al Préstamo de Vivienda, se otorgaron 126 soluciones habitacionales a lo largo de todo el año 2012, que se documentaron en 155 préstamos por un monto solicitado que ascendió a US\$ 5,7 millones.

Como en años anteriores, se realizó en diciembre la Operativa para Pasivos, mediante la cual acceden a préstamos

en condiciones más beneficiosas que las habituales. En esta oportunidad, la cantidad de vales liquidados ascendió a 97.403, lo que significó un incremento de cartera del orden de los US\$ 108 millones y una colocación que superó en un 14,8% a la operativa desarrollada en 2011, medida ésta en moneda nacional a valores históricos. La composición de la cartera por moneda, continuó exhibiendo un predominio en unidades indexadas (UI), alcanzando un guarismo de 58% sobre el total de la cartera al cierre del ejercicio 2012.

Finalmente, la morosidad global de la cartera se situó en 3,11%.

#### Tarjetas de crédito

El crédito a personas a través de tarjetas de crédito es gestionado por la División Banca Persona.

Al cierre del año 2012, la cantidad de tarjetas de crédito y prepagas vigentes totalizó 213.097, lo que representó un crecimiento del 4,6% respecto del año anterior. A éstas, se sumaron 364.948 tarjetas prepagas correspondientes a programas sociales del gobierno.

El saldo contable de la colocación vigente en Tarjetas de Crédito superó los US\$ 52 millones al 31 de Diciembre de 2012, registrando un incremento medido en dólares del 11% respecto al cierre del año 2011.

Durante el año 2012 se firmaron más de 35 nuevos convenios con el objetivo de fomentar el uso de nuestras tarjetas de crédito. Dichos convenios incluyeron diversos comercios tanto de Montevideo como del interior del país.

En la misma línea se continuó con la promoción de la tarjeta BROU-ANCAP alcanzando prácticamente 65.000 tarjetas de este grupo.

CRÉDITO A LAS PERSONAS						
Saldo en millones de Dólares						
Modalidad	2010	2011	2012	Apertura por moneda		
				Pesos	U.I.	Mon. Ext.
Crédito Social Consumo	1.339	1.617	1.818	786	1.030	2
Crédito Social Hipotecario	48	53	69	0	69	0
Tarjetas de Crédito	43	47	53	44	0	9
<b>Total</b>	<b>1.430</b>	<b>1.717</b>	<b>1.940</b>	<b>830</b>	<b>1.099</b>	<b>11</b>



## Principales acciones desarrolladas en el año 2012

### Bancarización

#### Tarjeta RedBROU BPS PRESTACIONES

En el marco de la Ley 18.910, y apoyando las políticas de estado de bancarización de todos los sectores de la sociedad, el Banco República diseñó un sistema que posibilita el pago de Asignaciones Familiares de BPS por intermedio de una cuenta bancaria y la tarjeta de débito RedBROU BPS Prestaciones. Este sistema viabiliza el consumo de bienes y servicios con la bonificación total del IVA, que establece la mencionada ley.

Desde el lanzamiento del nuevo sistema, en el mes de setiembre de 2012, el Banco República fue la institución financiera de plaza preferida por los uruguayos que perciben Asignaciones Familiares. Al cierre del año contamos con 33.000 tarjetas RedBrou BPS Prestaciones, habiéndose realizado unos 50.000 pagos de asignaciones desde el inicio de la nueva modalidad de pago.

Gradualmente se va desplazando la preferencia de los uruguayos por el efectivo como medio de pago al uso de la tarjeta de débito. Con sólo 4 meses de funcionamiento del nuevo sistema, en el mes de diciembre de 2012 se alcanzó una participación del 25% de las transacciones de débito en el total de transacciones de estas tarjetas. El 20% de los clientes se encontraba operando bajo esta modalidad, más eficiente, segura y beneficiosa debido al ahorro del IVA. Del consumo realizado por los clientes usuarios de esta tarjeta, el mismo se concentra en los rubros de comestibles, vestimenta y calzado.

Se diseñó un proceso de solicitud y entrega de la tarjeta que permite al usuario evitarse traslados y esperas, habilitándose la solicitud a través de la Web de BPS y del 0800 AFAM (2326), utilizándose también la mensajería SMS como un nuevo instrumento de comunicación con el cliente. Este sistema es a su vez una muestra de la integración entre distintas

instituciones del Estado, ya que a la articulación entre el Banco República y BPS también se sumó El Correo Uruguayo que es el encargado de la entrega de las tarjetas a los clientes a través de su red de locales en todo el país.

### X mi cuenta

Es una caja de ahorros en pesos uruguayos destinada a menores, entre 14 y 17 años, este producto se encuentra vigente desde fines de 2011.

La campaña publicitaria lanzada en el mes de setiembre ha contribuido a la consolidación del producto "X mi cuenta", generando un impacto muy positivo, tanto en apertura de cuentas como en lo que resultó la incursión del Banco en redes sociales, experiencia muy exitosa.

Puntualmente, la creación de una fan page en Facebook asociada a la imagen del producto, con los jóvenes Gabriel y Alfonsina, generó un gran impacto logrando superar los 10.000 fans en los primeros dos meses. Actualmente esta comunidad cuenta con 14.557 fans con los que periódicamente se intercambia información, se generan promociones especiales o se anuncia la presencia del producto en diversos eventos.

Si bien el producto se encontraba vigente desde fines del año 2011, el lanzamiento de dicha campaña significó un aumento en la cantidad de clientes captados. En el primer mes y medio de la campaña, se alcanzó la cifra de 1.638 cuentas, al cierre de 2012 existían 2.361 cuentas abiertas con un saldo acumulado de más de \$ 8.000.000.

### Programa RedBROU - Maestro

Extendiendo la apuesta por el desarrollo del mercado del débito en el Uruguay, se continúan generando acciones para estimular la utilización de la tarjeta RedBROU como tarjeta de compra.

Durante el 2012 se firmaron más de 35 nuevos convenios con restaurantes, casas de



Piriápolis - Maldonado

electrodomésticos, supermercados, hoteles, ópticas, entre otros, que se suman a la lista de convenios existentes. Asimismo, se mantuvo la presencia exitosa de RedBROU en el Carnaval.

Se nota un salto cuantitativo importante en la cantidad de transacciones procesadas, pasando de 201.661 transacciones en 2011 a 428.360 en 2012.

#### **Multipagos RedBROU**

Multipagos RedBROU continúa consolidándose como la plataforma a través de la cual los clientes pueden realizar sus pagos de facturas y servicios o compra de productos a través de e-Brou.

Con el afán de ampliar la oferta disponible para los clientes se han incorporado nuevas empresas e instituciones al listado de los servicios disponibles de pago; paralelamente, se puede acceder al pago on line de varios otros servicios directamente desde sus sitios Web.

La evolución de las transacciones muestra un crecimiento acelerado respecto al año anterior de 197.572 transacciones procesadas en 2011 se pasó a 430.051 en 2012; a través de este sistema se canalizaron pagos por \$ 9.268.126.866 y US\$ 713.940.

#### **Multipagos Móvil**

Durante el 2012 se completó el proyecto que permitió la concreción del servicio Multipagos Móvil junto a Antel. Esta plataforma de comercio electrónico permite a los usuarios realizar pagos de productos y servicios desde su teléfono móvil. De esta manera el BROU apuesta a la innovación, conjugando tecnología, comunicaciones y sistema de pago para sus clientes.

Desde el mes de julio está operativa la funcionalidad de Giros de dinero que habilita al usuario a enviar dinero a cualquier destinatario a elección, realizando el cobro en cualquier cajero automático RedBROU, sea o no cliente del Banco.

Servicios habilitados:

- Giros
- Recarga de tarjeta prepaga AlfaBROU
- Recarga de celulares (Antel)
- Pago de Estacionamiento Tarifado de Montevideo

Progresivamente se irán incorporando nuevos servicios de pago bajo esta modalidad.

#### **Banca Ejecutiva de Inversiones**

Con el objetivo de continuar impulsando una atención diferencial a clientes que mantienen un alto compromiso con el Banco, se realizó una Encuesta de Satisfacción a los clientes BEI en pro de seguir mejorando el servicio, teniendo en cuenta sus opiniones y sugerencias.

Para acompañar esta iniciativa de mejora en la atención, se implementó un plan piloto de la herramienta informática CRM (Customer Relationship Management) con el objetivo de conocer la Posición Integral del cliente y de esta manera ofrecer una mejor atención diferencial e integral, aspectos solicitados por los clientes en la encuesta.