



Uruguay Open, Carrasco Lawn Tennis Club
Montevideo

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.

DEPÓSITOS DEL SECTOR PRIVADO RESIDENTE Y NO RESIDENTE

El Banco República continúa liderando el mercado de captación con el 55,4% de los clientes del sistema. Durante el presente año se verificó un incremento de 55.000 clientes, ascendiendo a un total de 892.500 a diciembre de 2011.

A dicha fecha, los depósitos del Sector Privado sumaron U\$S 8.664 millones, correspondiendo U\$S 6.599 millones a Banca Persona (76%), que registran un crecimiento del 14%.

Al cierre de 2011 el 27% de los depósitos de personas físicas se encuentran a plazo y de éstos, el 53% está depositado a plazos iguales o mayores a seis meses.

Se mantuvo la tendencia creciente que refleja la mayor propensión de los clientes hacia productos de liquidez superior. Los depósitos a la vista constituían el 68% a fines de 2009, incrementándose a 71% y 73%, a fines del año 2010 y 2011 respectivamente.

DEPÓSITOS DEL SECTOR PRIVADO Y EXTERNO Saldo en millones de Dólares

Tipo de Depósito y Moneda	2009	2010	2011
Pesos	1.460	1.889	2.256
Vista	520	662	775
Caja de Ahorro	659	879	1.099
Plazo Fijo	281	348	382
Unidades Indexadas	169	198	344
Moneda Extranjera	4.765	5.406	6.064
Vista	630	776	939
Caja de Ahorro	2.828	3.342	3.873
Plazo Fijo	1.307	1.288	1.252
Total	6.394	7.493	8.664

Sin perjuicio que a diciembre del 2011, los depósitos en moneda extranjera constituyen el 75% del total de depósitos de las personas físicas, se verificó un leve incremento de la participación de los depósitos en moneda nacional (25% a diciembre de 2011 de los cuales 3% corresponde a unidades indexadas, frente al 22% a diciembre de 2010).

CRÉDITO A LAS PERSONAS

División Crédito Social

La División Crédito Social ofrece crédito al consumo en pesos y en unidades indexadas, así como una línea de crédito hipotecario en unidades indexadas. 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), préstamos pignoratícios y préstamos al consumo.

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 a determinados sectores sociales, como a aquellos que fueron afectados por catástrofes naturales, a docentes que necesitan acceder a la tecnología a través de computadores portables con fines educativos, u otros planes de análoga finalidad e impacto.

La División Crédito Social mantuvo prácticamente la misma cantidad de clientes asistidos respecto al año anterior, cifra que ronda las 400.000 personas físicas.

Asimismo los activos totales administrados por esta unidad de negocios alcanzaron la cifra de U\$S 1.654 millones, lográndose un incremento del 20%, medido en dólares, respecto al cierre del ejercicio económico 2010.

La composición de la cartera por moneda, presenta un predominio en UI, alcanzando un guarismo de 61% sobre el total de la cartera al cierre del ejercicio 2011.



Los préstamos nominados en unidades indexadas siguen siendo los de mayor relevancia en el conjunto de la cartera, con un crecimiento que supera los U\$S 139,5 millones, es decir, un 16% superior al cierre del ejercicio 2010. Este incremento es explicado en un 89% por la colocación en el producto de consumo y un 5% en los productos de vivienda.

En cuanto a los Préstamos de Vivienda, se otorgaron 214 soluciones habitacionales a lo largo de todo el año 2011, que se documentaron en 234 préstamos por un monto solicitado que asciende a U\$S 7,8 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 97.928, lo que significó un incremento de cartera del orden de los U\$S 92 millones y una colocación que superó en un 31,63% a la operativa desarrollada en 2010.

La morosidad global de la cartera se situó en 2,3%.

Con el objetivo de continuar acercando nuestros productos financieros a la totalidad de la población, se firmaron durante 2011, 61 nuevos convenios con empresas asociadas, lo que ha significado la inclusión de 6.308 potenciales clientes, de los cuales el 48% de los mismos ya tienen operaciones vigentes.

División Personas

La División Personas gestiona el financiamiento a través de tarjetas de crédito y de créditos personales a las familias.

El crédito de Banca Persona está dirigido a profesionales universitarios, rentistas, titulares de empresas unipersonales, integrantes de Sociedades de Hecho y de

Sociedades de Responsabilidad Limitada, directores de Sociedades Anónimas y empleados que no pertenezcan a empresas afiliadas al Sistema Automático de Crédito de la División Crédito Social.

La División ofrece diversos productos, entre los que destacamos el Crédito al Consumo, el Adelanto sobre Sueldos -disponible para los clientes en la Red de Cajeros Automáticos- y el Crédito para Compra y/o Refacción de Vivienda.

A diciembre de 2011 el saldo del crédito a personas físicas medido en dólares creció un 30% respecto de los niveles de 2010, el 73% del mismo fue pactado en unidades indexadas, el 15% en moneda nacional y el 12% en moneda extranjera.

El Banco República poseía al cierre de 2011, 203.693 tarjetas de crédito y prepagas vigentes, lo que representa un crecimiento del 5% respecto del año anterior. Junto con las mismas, existen más de 347.000 tarjetas prepagas correspondientes a programas sociales del gobierno.

El saldo contable de la colocación vigente en Tarjetas de Crédito superó los U\$S 47 millones al 31 de diciembre de 2011, registrando un incremento del 9%, medido en dólares, respecto de 2010.

En 2011 se firmaron más de 25 nuevos convenios con diversos comercios de Montevideo y del interior, con el objetivo de fomentar el uso y estimular el consumo de las tarjetas de crédito del Banco.

Entre las acciones promocionales desarrolladas para tarjetas de crédito en 2011 se destacó la campaña de colocación de la tarjeta BROU-ANCAP. Esta campaña tuvo lugar en el interior del país con resultados muy auspiciosos, tanto en número y volumen de transacciones, como en comercios adheridos y captación de nuevos clientes.



CRÉDITO A LAS PERSONAS						
Saldo en millones de Dólares						
Modalidad	2009	2010	2011	Apertura por moneda		
				Pesos	U.I.	Mon. Ext.
Crédito Social Consumo	820	1.327	1.601	649	952	0
Crédito Social Hipotecario	33	48	53	0	53	0
Tarjetas de Crédito	41	43	47	38	0	9
Crédito Personal	12	12	16	3	11	2
Total	906	1.430	1.717	690	1.016	11

Principales acciones desarrolladas en el año 2011

En el marco de lo dispuesto por el Art. 21 de la Ley N° 18.716 de 24.12.2010 (Carta Orgánica del Banco) se diseñó e implementó una oferta comercial específica destinada a adolescentes entre 14 y 17 años. "X mi cuenta" (por mi cuenta) consiste en un nuevo producto de Caja de Ahorros en pesos uruguayos, que no requiere mínimo para su apertura ni genera costos fijos, brinda acceso a tarjeta de débito RedBROU Maestro y a e-BROU para el manejo de cuentas propias. A su vez, permite acceder a los productos vigentes de Plazo Fijo en moneda nacional (tanto pesos uruguayos como

unidades indexadas). El principal diferencial de esta oferta comercial, además de las posibilidades y condiciones ventajosas ya detalladas, es que para la apertura de ambos productos, los jóvenes no necesitan de la presencia de sus representantes legales.

En el 2011 se han realizado diversas acciones, para continuar desarrollando servicios que permitan a los clientes efectuar operaciones no sólo estrictamente bancarias sino también de pago de servicios y compra de productos, sin necesidad de trasladarse hasta el Banco, de una manera cómoda, segura y eficiente.



Playa Sur, Cabo Polonio - Rocha



Museo del Gaucho y La Moneda del Banco República - Montevideo

a) Programa RedBROU – Maestro

Se siguieron implementando acciones para estimular la utilización de la tarjeta RedBrou como tarjeta de compra y a la vez propendiendo al desarrollo del mercado del débito en el Uruguay.

Al respecto, se mantuvieron algunos convenios existentes y se firmaron más de 25 convenios nuevos, con hoteles, restaurantes, supermercados, casas de electrodomésticos, ópticas, farmacias y otros. Estos convenios son en su mayoría, para la utilización tanto de tarjeta de débito como de crédito.

Las transacciones de débito continuaron creciendo en forma acelerada, pasando de 106.300 en 2010 a 206.600 en 2011, con un incremento en volumen transado casi del 100%.

b) Multipagos RedBROU

Multipagos RedBrou es la plataforma de pagos electrónicos que permite a los usuarios realizar pagos de facturas y servicios o compra de productos a través de e-Brou. Paralelamente se puede acceder al pago on line de varios otros servicios habilitados directamente desde sus sitios Web.

Durante el año 2011 Multipagos RedBrou se ha consolidado sumando nuevos servicios y se continúa trabajando en el mismo sentido.

La evolución de las transacciones muestra un crecimiento explosivo. En el año 2011 la cantidad de transacciones procesadas totalizó 197.572, frente a 51.327 del año anterior. En términos del monto total transado, el mismo se incrementó desde \$ 296,5 millones en 2010 hasta \$ 4.396,9 millones en 2011.

c) Multipagos Móvil

Durante el año 2011 se trabajó conjuntamente con Antel en el desarrollo de una plataforma de comercio electrónico y pagos móviles que abre la posibilidad de nuevos servicios y productos, conjugando tecnologías, comunicaciones y sistemas de pago para sus clientes.

De esta forma surge el servicio Multipagos Móvil del BROU que actualmente permite, desde el teléfono móvil de un cliente adherido a este servicio:

- Recarga de tarjeta prepaga AlfaBrou
- Recarga de celulares (hoy de Antel)
- Pago de estacionamiento en Montevideo

Asimismo, en el próximo año se ampliarán los servicios de pago habilitados en esta plataforma.

d) Banca Ejecutiva de Inversiones

Con el objetivo de continuar impulsando una atención diferencial a los clientes de alto patrimonio del BROU, se efectuaron diversas acciones en el correr del 2011, tanto de difusión del servicio como de adopción de pautas comerciales. Complementando las mismas, se inauguró una nueva Banca Ejecutiva – Inversiones en el nuevo Edificio Empresas del Banco, sito en Ciudad Vieja, lo cual permitió canalizar la atención de clientes de este segmento en una zona de alta actividad financiera.