



BANCA DE PERSONAS

Banca de Personas 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 55,5% de los clientes del sistema, más de 837.000 clientes de depósitos a diciembre de 2010.

A esa fecha, los depósitos del Sector Privado alcanzaron los U\$S 7.493 millones, dentro de éstos el 78% (U\$S 5.827 millones) corresponden a Banca Persona. La División mostró un crecimiento sostenido en los volúmenes de captación.

En 2009 los depósitos gestionados por Banca Persona aumentaron U\$S 729 millones y U\$S 773 millones en 2010, lo que representa un incremento de 17% y 15% respectivamente.

Respecto a la estructura por plazos de los depósitos de Banca Persona a diciembre de 2010, se verifica que el 29% están colocados a plazo. De éstos, el 50% se encuentra a plazos iguales o superiores a 6 meses.

Se observa además, una mayor propensión de los clientes hacia productos con alto grado de liquidez. Los depósitos a la vista representaban un 66% al cierre del 2008, pasando al 68% a fines de 2009 y al 71% en 2010.

DEPÓSITOS DEL SECTOR PRIVADO Y EXTERNO Saldo en millones de Dólares

Tipo de Depósito y Moneda	2008	2009	2010
Pesos	967	1.460	1.889
Vista	372	520	662
Caja de Ahorro	409	659	879
Plazo Fijo	186	281	348
Unidades Indexadas	108	169	198
Moneda Extranjera	4.300	4.765	5.406
Vista	578	630	776
Caja de Ahorro	2.447	2.828	3.342
Plazo Fijo	1.275	1.307	1.288
Total	5.375	6.394	7.493

Al cierre de 2010 los depósitos en moneda extranjera representaron el 78% del total, correspondiendo el 20% a pesos uruguayos y el 2% a unidades indexadas.

La participación de los depósitos en moneda nacional sobre el total aumentó un 2% en el 2010, y un 7% entre diciembre de 2008 y 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 empresa públicas y privadas), préstamos pignoratícios y préstamos al consumo - endeudamiento. 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 logró ampliar notoriamente la cantidad de clientes asistidos respecto al año anterior, alcanzando las 394.000 personas físicas, lo cual significa un incremento de 5,63%. Asimismo, los activos totales administrados por la Unidad de Negocios, acompañaron este crecimiento, situándose en U\$S 1.375 millones, es decir un 61% superior al cierre del ejercicio económico de 2009.

La razón del crecimiento, tiene como protagonista principal el lanzamiento del producto al consumo en unidades indexadas en el mes de abril. Su puesta en producción generó la captación de 6.573 nuevos clientes y la colocación de U\$S 629 millones. En el correr del presente ejercicio económico, 258 empresas ya asociadas al Sistema Automático de



Crédito del Banco, firmaron nuevo convenio con la finalidad de operar a través de este producto.

Es consecuencia de ello, que la proporción de la cartera en UI haya pasado de representar un 13% de la cartera total en 2009 a un 56% en el año 2010, consolidándose de esta forma el negocio en unidades indexadas. Respecto a la morosidad, el gran crecimiento detentado por la cartera repercutió en forma muy significativa en la misma, disminuyéndola y situándola en 1,67%.

Al igual que en años anteriores, se realizó la campaña especial para pasivos, mediante la cual acceden a préstamos en condiciones más beneficiosas que las habituales. En esta ocasión, la cantidad de vales liquidados ascendió a 90.766, lo que significó una colocación de U\$S 69 millones.

En cuanto al Préstamo de Vivienda, se otorgaron 363 soluciones habitacionales a lo largo del año 2010, que significaron 435 préstamos por un monto que asciende a U\$S 14 millones.

Respecto a productos vinculados a la Responsabilidad Social, se destaca la colocación para la compra de computadoras portables a través de la operativa denominada Plan Ceibal, con 1.286 préstamos otorgados y un monto concedido de U\$S 620.759.

Por último y con el objetivo de seguir acercando nuestros productos financieros a la totalidad de la población, se firmaron durante 2010, 44 nuevos convenios con distintas empresas, los cuales han significado la inclusión de 5.450 potenciales clientes a nuestro sistema, de los cuales el 20% ya operaron en el mencionado ejercicio.

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 una amplia gama de 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 2010 el saldo del crédito a personas físicas medido en dólares se mantuvo en los niveles de 2009; el 69% del mismo fue pactado en Unidades Indexadas, el 16% en moneda nacional y el 15% en moneda extranjera.

Asimismo, el saldo contable de la colocación vigente de Tarjetas de Crédito superó los U\$S 43 millones al cierre de 2010. Las tarjetas de crédito y prepagas vigentes fueron 193.505 al cierre de 2010 lo que representa un crecimiento del 6% respecto del año anterior.

Con el objetivo de estimular el uso e incrementar el consumo de nuestras tarjetas, en 2010 se firmaron nuevos

CRÉDITO A LAS PERSONAS

Saldo en millones de Dólares

Modalidad	2008	2009	2010	Apertura por moneda		
				Pesos	U.I.	Mon. Ext.
Crédito Social Consumo	588	820	1.327	586	741	0
Crédito Social Hipotecario	12	33	48	0	48	0
Tarjetas de Crédito	33	41	43	35	0	8
Crédito Personal	7	12	12	2	8	2
Total	640	906	1.430	623	797	10



convenios con empresas que otorgan beneficios especiales a los titulares de tarjetas de crédito, débito o prepagas del Banco República. A la vez que se sumaron nuevos beneficios a convenios ya existentes, dentro de los que se destaca el lanzamiento del plan 40 cuotas, posicionando al Banco como la primera institución del país en ofrecer este plan de pagos.

En 2010 se firmaron acuerdos con dos de los más importantes clubes deportivos del fútbol uruguayo, para los cuales se otorgaron tarjetas de crédito con el escudo del club y con beneficios especiales de grupo. Esta iniciativa se enmarca en la política de Banca Cívica de transformar a los clientes en comunidad, mediante la adhesión a una causa común; en este caso, el sentimiento compartido hacia un equipo se plasma en la oportunidad de contribuir con él, mediante el uso de una tarjeta con beneficios especiales para sus titulares.

Por otra parte, se continuó incentivando los productos inherentes a programas sociales del gobierno, sumándose más de 5.000 Tarjetas Mides del Plan de Equidad en 2010.

En particular, se firmó un convenio con el Instituto Nacional de la Juventud (INJU) para brindar tarjetas de crédito y prepagas a jóvenes de 14-29 años. Estas tarjetas tendrán asociados todos los beneficios otorgados por el INJU para su Tarjeta Joven.

Principales acciones desarrolladas en el año 2010

Se firmaron diversos convenios comerciales con el objetivo de seguir ofreciendo beneficios a nuestros clientes y obteniendo ingresos para el Banco. En este sentido se dio especial impulso al interior del país, bajo la premisa de profundizar la inclusión financiera integrando a sectores que por diversos motivos permanecieron rezagados en la utilización de medios de pago y servicios bancarios.

a) Programa RedBROU - Maestro

Se desarrollaron nuevas acciones para lograr dos de los objetivos principales de la División: generar un cambio en el comportamiento transaccional de nuestros clientes personas físicas, contribuyendo a la sustitución de las compras realizadas con efectivo por débitos a través de la tarjeta RedBROU, y desarrollar el mercado de débito.

En este sentido se mantuvieron algunos convenios existentes y se firmaron otros nuevos con: comercios de electrodomésticos, de venta de ropa, zapatería, farmacia y clubes deportivos tanto en Montevideo como en el interior del país.

Asimismo, se efectuaron acciones promocionales puntuales tales como descuento del 50% en el precio de la entrada para los usuarios de RedBROU que pagaran con su tarjeta el ingreso a espectáculos de Carnaval y la exposición Hecho Acá.

De acuerdo con lo anterior, destacamos la evolución de las transacciones de débito que registraron un incremento mayor al 120% en número (pasando de 48.000 en 2009 a 106.300 en 2010) y un crecimiento de casi 190% en volumen medido en dólares superando los U\$S 10 millones (U\$S 3,5 millones en 2009). Si bien en términos de volúmenes transados en el sistema de pagos el nivel del débito aún es reducido, el grado de crecimiento ofrece perspectivas muy positivas en este ámbito.





Se llevaron a cabo diversas acciones de apoyo al desarrollo de la ley de bancarización impulsada por el Gobierno, potenciando el uso de las Tarjetas de Crédito, Débito y Prepago como medio de pago con el objetivo de aportar valor agregado a los usuarios. Al respecto, la División trabajó en el desarrollo de una campaña publicitaria para las tarjetas del Banco República.

b) RedBROU Visa

Durante el 2010 se mantuvieron diferentes contactos con Visa Internacional, con el objetivo de elaborar un plan de negocios, para un futuro lanzamiento de la tarjeta RedBROU – Visa Débito, proyecto que se concretará en 2011, en el que se proyecta completar el diseño comercial del producto.

c) Red de terminales en puntos de venta

En coordinación con la Red Comercial se estableció un acuerdo para la implementación de un sistema de retiro de efectivo mediante el uso de RedBROU Maestro, en aquellos comercios que integran una extensa red con sistema de cajas. Paralelamente esta red estará homologando la operativa Maestro en sus puntos de venta con el objetivo de impulsar el débito como forma de pago.

d) Proyecto Canales

Multipagos RedBROU

En 2010 se trabajó en la plataforma de pagos de facturas y servicios en forma electrónica a través de e-Brou. Actualmente se encuentra disponible el pago de diversas empresas en pantalla del sitio Web del Banco. Paralelamente se puede acceder al pago on line desde los sitios Web de otros organismos estatales. Si bien este servicio no ha sido lanzado oficialmente, sólo las transacciones del mes de diciembre fueron más de 9.000 por \$ 133 millones. En el marco de estos resultados se plantea la incorporación de nuevos servicios para el 2011.

Servicio de Mensajería promocional (SMS)

A fines de 2010 se incorporó la mensajería a través del teléfono 1996 como herramienta alternativa para la comunicación de acciones promocionales y/o informativas con relación directa a los productos tarjetas.

e) Banca Ejecutiva de Inversiones (B.E.I.)

En 2010 se continuó trabajando activamente con la División Finanzas y con la División Red Comercial y Canales Alternativos en el proyecto B.E.I.; se logró la consolidación del modelo así como de la cartera de clientes. Asimismo se obtuvo la certificación de acuerdo a lo requerido por el Banco Central del Uruguay, de la totalidad de los ejecutivos que se desempeñan en estas unidades.