



RED COMERCIAL Y CANALES

RED COMERCIAL

La misión de la Red Comercial se orienta a la gestión eficiente de entrega de productos y servicios financieros pertenecientes a todas las divisiones de negocios, contando para ello con la red de sucursales más extensa del país (115 sucursales) y con mayor dispersión geográfica.

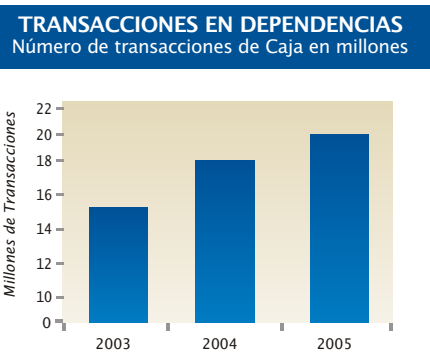
La gestión de la red de sucursales del Banco se realiza tratando de combinar el criterio de eficiencia y eficacia con el de proximidad con el cliente. Para ello se lleva a cabo un monitoreo continuo de los resultados por dependencia, ajustando dotaciones y otros costos operativos en función del volumen de negocios y la carga transaccional.

La crisis sufrida por el sistema financiero uruguayo en el año 2002 tuvo múltiples y diversas consecuencias en la actividad del Banco. Entre otras derivaciones, la reprogramación de los depósitos a plazo fijo, el cierre de algunas instituciones financieras, y la absorción de depósitos del Banco Hipotecario del Uruguay por parte del Banco República, repercutieron sensiblemente en el comportamiento transaccional del banco. Estos eventos provocaron, un importante incremento en nuestra cartera de clientes y en particular los vinculados a los productos de captación (cuentas corrientes, cajas de ahorro y plazo fijo).

Como consecuencia del incremento en la cantidad de clientes, de cuentas y de prestaciones a pagar, creció aceleradamente el nivel transaccional en las dependencias del Banco. La cantidad total de cuentas se incrementó un 20% entre el 2003 y el 2005 (llegando a las 900.000 cuentas), mientras que el número de prestaciones (pasividades, asignaciones familiares, ingreso ciudadano) creció un 35% en el mismo período llegando a los 380.000 pagos mensuales.

El aumento en la cantidad de cuentas y el incremento en las prestaciones, conjuntamente con una recuperación general de la actividad económica en el país, generaron un sólido crecimiento

en el volumen de operaciones en dependencias que alcanzó al 19% en el 2004 y al 11% en 2005.



El incremento transaccional constatado fue afrontado por el Banco en el marco de un proceso de reducción de la plantilla de funcionarios en las dependencias, desde 1.950 funcionarios en 2004 hasta 1.676 en 2005, lo que implicó un incremento en la productividad del trabajo por empleado.

BANCA DIRECTA

Banca Directa es un área de negocios que inició sus acciones en el año 1996, con el objetivo de impulsar, desarrollar y gestionar los canales alternativos del Banco, asegurando la entrega de productos y servicios integrales y de calidad, en forma eficiente y personalizada a toda hora y en todo lugar.

La gestión de nuestros canales alternativos se basa en la utilización de las nuevas tecnologías para realizar por medios no tradicionales la entrega de los servicios al cliente.

En la actualidad y alineados con la visión de ser una fuerza impulsora del desarrollo de los negocios electrónicos, Banca Directa ofrece a sus clientes una amplia gama de servicios bancarios. De esta manera facilita y multiplica las posibilidades de acceso al Banco a través de los diferentes canales alternativos: Cajeros Automáticos (REDBROU), Banca Telefónica (FONOBROU) y Banca Electrónica (E-BROU).

COMMERCIAL NETWORK AND CHANNELS

COMMERCIAL NETWORK

The mission of the Commercial Network is to efficiently deliver financial services and products of all Business Divisions through the largest network of branches (114) spread all over the country.

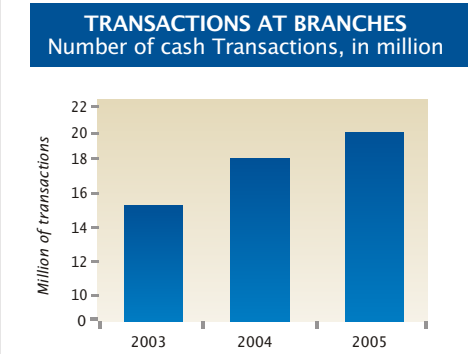
The management of the branch network of the Bank tries to combine efficiency with a close customer relationship. For this purpose, an ongoing monitoring of the results per branch is carried out, adjusting the staff and operating costs to the business volume and number of transactions.

The crisis undergone by the Uruguayan financial system in 2002 had multiple and different consequences for the Bank's overall activity. The rescheduling of the time deposits of the Bank, the suspension and closing of certain financial institutions, and the taking over of deposits from the Mortgage Bank of Uruguay, inter alia, had a strong impact on transactions' behaviour. With the lapse of time, these facts led to an important increase in our portfolio of customers, in particular those related to fund-raising products (current accounts, savings accounts and time deposits).

As a result of the increase in the number of customers, accounts, and payment services, the level of transactions at the Bank's branches increased sharply. The total number of accounts increased by 20% from 2003 to 2005 (totalling 900,000 accounts), while payment services (payment of pensions, family allowances, citizen income) increased by 35% in the same period, totalling 380,000 monthly payments.

The increase in the number of accounts and in the services rendered, together with the overall recovery of the economic activity within the country, generated a sound increase

in the volume of branches' transactions that reached 19% in 2004 and 11% in 2005.



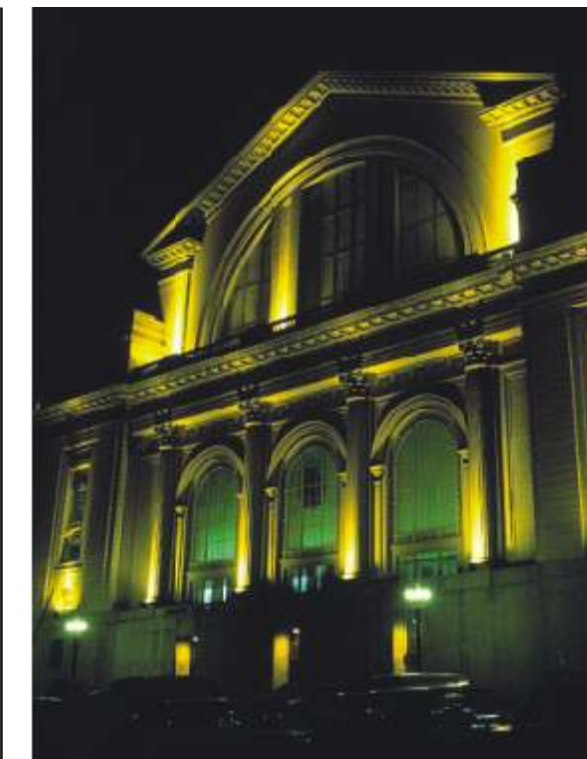
The above increase in the number of transactions was handled by the Bank under a process of reduction of its regular staff at the branches, from 1,950 employees in 2004 to 1,676 in 2005. This resulted in an increase of work productivity per employee, and in an improvement of efficiency in customer service.

DIRECT BANKING

The Direct Banking is a business area that was created in 1996, with the purpose of promoting, developing and managing the alternative channels of the Bank, offering comprehensive quality products and services in an efficient and personalised way, every minute and everywhere.

Our alternative channels render services to customers in a non-traditional way, on a new technology basis.

Currently, Direct Banking offers customers a wide range of banking services intended to be the driving force of electronic business development. Thus, access to the Bank is expedited through different alternative channels: ATMs (REDBROU), Telephone Banking (FONOBROU) and Electronic Banking (E-BROU).





Cajeros Automáticos (REDBROU)

Nuestra red cuenta hoy día con 158 cajeros automáticos en todo el país, siendo la principal red de cajeros automáticos, con mayor cobertura, clientes y cantidad de transacciones. REDBROU inició sus servicios en 1978 con cuatro cajeros dispensadores de monedas y billetes y a partir de 1994 se inició el servicio 24 horas con 20 cajeros de los 100 que poseía instalados en todo el país. Gracias a los acuerdos de interconexión con Red Cirrus y Link en el exterior y Banred en nuestro país, se asegura la presencia de REDBROU en todo el mundo.

Enmarcado en una tendencia de fuerte crecimiento durante el año 2005 se instalaron 25 nuevos equipos y se registraron más de 14 millones de transacciones.

Siempre en la búsqueda de un mayor servicio para nuestros clientes, el Banco República firmó convenios de interconexión con Abitab y Redpagos lo que posibilita asistir a nuestros clientes con más comodidad incorporando 130 mini ATMs para su atención. De esta manera y con 290 puestos de atención en todo el territorio nacional REDBROU constituye la mayor red de cajeros automáticos de todo el país.

La utilización de cajeros automáticos ha registrado un importante aumento en los últimos años, pudiéndose observar un crecimiento en el quinquenio de más del 110% en cuanto a volumen transaccional se refiere. Ello refleja sin dudas un cambio importante en la cultura de nuestros clientes, los cuales rápidamente se vuelcan hacia medios de entrega no tradicionales.

Banca Telefónica (FONOBROU)

FONOBROU es un servicio telefónico que brinda información general y

Cajeros Automáticos (REDBROU)			
Cantidades	2003	2004	2005
Transacciones (millones)	9,1	11,8	14,3
Cajeros Automáticos	118	138	158
Tarjetas RedBrou	215.135	279.552	341.193

permite gestionar las cuentas de los clientes en forma segura, rápida y cómoda, con una atención personalizada. Es notorio el incremento en la cantidad de clientes adheridos al servicio de banca telefónica así como el aumento de la cantidad de llamadas recibidas, los cuales han ido creciendo desde la creación del servicio en el año 1996.

Los clientes se adhieren al servicio de FONOBROU por intermedio de la dependencia donde están radicadas sus cuentas. Mediante una clave de seguridad pueden acceder telefónicamente y realizar transferencias a cuentas propias y a cuentas de terceros, giros y pagos de tarjetas de crédito, así como envíos de fax, consultas de saldos y movimientos y solicitud de chequeras.

Se prevé que en un futuro nuestro servicio incorpore la venta de productos mediante llamadas salientes y la apertura de cuentas.

Banca Telefónica (FONOBROU)			
Cantidades	2003	2004	2005
Clientes	33.646	37.269	39.495
Llamadas al mes	62.092	73.939	79.441

Banca Electrónica (E-BROU)

El servicio de e-BROU de Banca por Internet, cuya puesta en producción se realizara durante el año 2004, habilitó su funcionalidad para las empresas a partir del año 2005.

Este servicio -que ha constituido un importante avance en prestaciones a nuestros clientes- ha tenido una gran aceptación, superándose en la actualidad las 400.000 conexiones mensuales a partir de la existencia de 19.400 clientes adheridos.

Automatic Tellers (REDBROU)

Our network has currently 158 automatic teller machines all over the country. It is the most important network of ATMs with larger coverage, more customers and higher number of transactions. REDBROU started to operate in 1978 with only four automatic teller machines dispensing coins and notes. In 1994, 20 machines out of 100 spread all over the country, started offering a 24 hour service. The Bank entered into agreements to connect its network to Cirrus and Link abroad and Banred locally, thus ensuring Redbrou presence worldwide.

Following a trend of strong growth, 25 new units were set up during 2005 and more than 14 million transactions were registered.

In its constant search of a better service for our customers, the Bank signed interconnection agreements with Abitab and Redpagos, introducing 130 mini ATMs. Redbrou is the largest network in the country, with a total of 290 ATMs.

The use of ATMs has registered a significant increase during recent years. In the last five years, the volume of transactions has grown over 110%. This fact reflects a material change in our customers' culture: they are rapidly changing towards non-traditional means of delivery.

Telephone Banking (FONOBROU)

Fonobrou provides general information and enables the management of customers' accounts in a safe, quick and comfortable manner, through a personalised customer service.

Automatic Tellers (REDBROU)			
Quantity	2003	2004	2005
Transactions (in million)	9.1	11.8	14.3
ATMs	118	138	158
RedBrou Cards	215,135	279,552	341,193

The number of customers that have subscribed to the Telephone Banking service as well as the number of telephone calls received have been increasing since the creation of this service in 1996.

The customers subscribe to Fonobrou service through the branch where they have their accounts opened. They may access the Bank by telephone, using a password and make transfers to their own accounts and to third-party accounts, money orders, credit card payments as well as send faxes, inquiries about balances and entries and request for chequebooks.

In a future, it is foreseen that this service shall introduce the sale of products through outgoing calls, and the opening of accounts.

Telephone Banking (FONOBROU)			
Quantity	2003	2004	2005
Customers	33,646	37,269	39,495
Monthly calls	62,092	73,939	79,441

Electronic Banking (E-BROU)

The e-BROU service of Internet Banking that started its production phase in 2004, enabled its functionality for enterprises as from 2005.

Among the services rendered to our customers, e-BROU means an important progress. It has had a great acceptance, with over 400,000 monthly accesses over a total of 19,400 customers subscribed thereto.

