



ÁREA PERSONAS

Banca Persona

Banca Personas tiene como misión fomentar el ahorro y brindar cobertura integral a las necesidades financieras de las personas y familias, ofreciendo productos y servicios de calidad a precios competitivos, promoviendo la inclusión financiera y accesibilidad universal a los servicios bancarios. A continuación se detallan las principales acciones implementadas durante el año 2015, destinadas a cumplir los objetivos de la Unidad.

CAPTACIÓN Y SERVICIOS

Transferencias interbancarias a través del Sistema de Pagos Interbancarios (SPI)

Desde el mes de abril de 2015 se encuentra a disposición de los clientes de Banca Persona el servicio de transferencias interbancarias. Dicho servicio se implementó sobre la plataforma que ofrece el Sistema de Pagos Interbancarios y habilita a todos aquellos clientes con una cuenta en el Banco, a realizar transferencias a cuentas en otros bancos de plaza.

Las transacciones pueden ser realizadas en pesos uruguayos, dólares estadounidenses o euros mediante el portal de banca por internet e-BROU. Este servicio está disponible desde cualquier lugar, las 24 horas del día, los 365 días del año.

Canales alternativos

Acompañando el objetivo estratégico de migrar a los clientes y sus diferentes transacciones hacia canales alternativos, rápidos, cómodos y seguros, y buscando brindar servicios con valor agregado, se desarrollaron distintas acciones en este sentido.

En e-BROU se habilitó la posibilidad de realizar aperturas de la Cuenta Ahorro, en forma rápida y sencilla sin necesidad de concurrir a una Dependencia del Banco. Además, se realizaron acciones destinadas a incentivar la constitución de plazos fijos a través de e-BROU mediante la fijación de tasas preferenciales y la realización de promociones específicas.

A la posibilidad de realizar aperturas de la caja de ahorros Cuenta Inclusión Financiera a través de e-Ejecutivo, se sumaron a esta plataforma las aperturas de los productos Cuenta Ahorro y X mi cuenta. Recordamos que e-Ejecutivo es un aplicativo web que permite gestionar de una forma más cómoda la apertura de cuentas, iniciando el trámite y carga de datos vía web para luego agendar lugar, día y hora a los efectos de finalizar el trámite en una Dependencia del Banco.

Ahorro en Sueldo

Con el objetivo de aumentar el valor percibido por los clientes que optan por cobrar sus ingresos a través del Banco, se lanzó Cuenta Ahorro en Sueldo. Este producto le permite al cliente programar su ahorro, generando una cuenta que recibe créditos automáticos de manera mensual, por el monto indicado, donde el ahorro acumulado por los créditos recibidos, es remunerado a una tasa de interés preferencial. Este producto es de muy fácil contratación ya que se realiza exclusivamente a través de e-BROU.

Captación del sector privado residente y no residente

Durante el año 2015 se registró un aumento del 4,69% en el volumen de depósitos del sector privado y externo. Se destaca el incremento en la colocación en moneda extranjera, la cual compensó la caída registrada para los depósitos tanto en moneda nacional como en unidades indexadas, de acuerdo a lo que se presenta en el siguiente cuadro:

DEPÓSITOS DEL SECTOR PRIVADO Y EXTERNO			
Saldo en millones de Dólares			
Tipo de Depósito y Moneda	2013	2014	2015
Pesos	2.685	2.456	2.049
Vista	850	731	565
Caja de Ahorro	1.450	1.414	1.237
Plazo Fijo	386	311	247
Unidades Indexadas	450	451	382
Moneda Extranjera	7.659	8.526	9.265
Vista	1.137	1.196	1.248
Caja de Ahorro	5.236	6.012	6.648
Plazo Fijo	1.286	1.318	1.369
Total	10.795	11.433	11.696



Suscripción de convenio tarjeta de crédito MasterCard Black

MEDIOS DE PAGO

Tarjetas de crédito y prepagas

Banca Persona es la encargada de gestionar el crédito a las personas a través de las Tarjetas de Crédito.

Durante el año 2015, se registró un crecimiento del 11% respecto al año anterior en el número de Tarjetas de Crédito y Prepagas vigentes. De esta forma, se registró un total de 296.122 tarjetas vigentes al mes de diciembre, además de las 89.547 Tarjetas Prepagas correspondientes a programas sociales del gobierno, que se encontraban activas al finalizar el año.

El saldo contable de la colocación vigente en Tarjetas de Crédito al 31 de diciembre de 2015 alcanzó la cifra de US\$ 63 millones, lo cual representó un crecimiento en dólares del 26%

respecto al cierre del año anterior. Este aumento se explica por la actualización de los límites de crédito efectuada en enero de 2015, así como también por el desarrollo de acciones promocionales y la implementación de nuevos convenios de marca compartida para el producto.

Respecto al volumen operado con Tarjetas de Crédito durante el año 2015, el mismo totalizó US\$ 406 millones, lo que representó un incremento del 10 % respecto al 2014. A su vez, el número de transacciones realizadas durante 2015 ascendió a 9.455.432 representando un crecimiento del 16% respecto al año anterior.

Un aspecto a destacar es el incremento de las compras con Tarjetas Prepagas del Banco, constatándose un aumento de las mismas del 28% respecto al año anterior. De esta forma, los volúmenes transados medidos en dólares con estas tarjetas pasaron de US\$ 50 millones en 2014 a US\$ 64 millones en 2015.

En lo que refiere a convenios celebrados, durante el año 2015 se consolidó el acuerdo de marcas compartidas realizado con el Shopping Costa Urbana (vigente desde octubre/14), habiéndose realizado promociones con importantes beneficios para los tarjetahabientes. De esta forma, a diciembre se registraron 3.556 tarjetas emitidas de este cobranding.

Se suscribió también un acuerdo de emisión de tarjetas de marca compartida con El Club de los Grandes (Diario El País - Secom), el cual quedó operativo en el mes de agosto. A través de este acuerdo, se brindan servicios culturales, recreativos y de salud, con importantes beneficios para clientes adultos mayores.

Finalmente, en el mes de diciembre se lanzó al mercado un nuevo producto: la tarjeta MASTERCARD BLACK con tecnología CHIP, siendo un producto de excelencia, pensado como complemento de servicios a ofrecer a los clientes de alta renta de la Institución.



Tarjetas de débito

El impulso generado por la Inclusión Financiera en materia de uso de las tarjetas de débito en su modalidad compras así como los esfuerzos comerciales que se han venido implementado en los últimos años, se siguieron reflejando en los resultados transaccionales durante el 2015.

La cantidad de tarjetas operativas del sello Maestro registradas en diciembre 2015 fue de 1.168.827. En este mes también se registró un importante aumento de la cantidad de tarjetas activas (se consideran activas cuando se registra al menos un uso en compras POS en los últimos 90 días), situándose en 355.260 (a diciembre 2014 este indicador registraba 246.198 tarjetas activas).

Otro indicador importante que durante el 2015 cobró importancia, fue la cantidad de transacciones procesadas por compras en POS, registrándose más de 15 millones. El volumen de compras en dólares también mostró un incremento relevante, alcanzando los 845 millones de dólares durante el año.

Costa Urbana Shopping Center - Canelones



Un aspecto a destacar también es que en el mes de diciembre se emitió la primera tarjeta del Banco Visa Débito RedBrou (en esta primera instancia de emisión en acuerdo de marca compartida con el Shopping Costa Urbana), oportunidad que le brinda al Banco no sólo poder dualizar el portafolio de débito incorporando otro sello, sino que también le permite diversificar los productos contando con otras prestaciones y atributos que enriquecen la oferta comercial de las tarjetas de débito.

Multipagos

Mediante el uso de Multipagos los clientes pueden pagar facturas y servicios a través de internet (e-BROU) y a través del celular (aplicación Banca por Celular y ANTEL-Bit\$). Esta plataforma sigue siendo una de las preferidas por los clientes para el pago de facturas y servicios.

Durante 2015 se actualizó la interface de Banca por Celular, habilitando la opción de pago de facturas y servicios mediante lectura de código de barras, entre otras mejoras del canal. Los pagos de facturas y servicios por este canal se quintuplicaron respecto al año anterior.

Buscando ampliar y diversificar la oferta disponible para los clientes, se han añadido nuevas empresas e instituciones al conjunto de los servicios disponibles para el pago, algunos de gran interés para los usuarios, como por ejemplo el Impuesto de Primaria. Además, se mantiene la posibilidad de realizar pagos en línea de otros muchos servicios utilizando directamente los sitios web de las respectivas empresas e instituciones.

Respecto a la cantidad de transacciones, las mismas se incrementaron en un 74% respecto al año anterior. A su vez, el volumen de pagos realizados continuó creciendo a un muy buen ritmo, registrándose un aumento del 30% en los efectuados en Pesos Uruguayos y del 170% en aquellos realizados en Dólares USA.



Teatro Solís - Montevideo

Principales acciones del Departamento Comercial desarrolladas en 2015

Como parte de la promoción de sus productos, durante 2015 Banca Persona continuó apoyando espectáculos culturales, de esparcimiento y tiempo libre, a través de beneficios para los clientes en la compra de entradas. Se destacan en este período, una nueva participación en Escenarios de Carnaval, la Temporada de Ópera del Teatro Solís, y Ópera, Ballet y espectáculos musicales brindados por las Orquestas del Sodre. También se mantuvo el beneficio de acceso al Basquetbol abonando con tarjeta de débito, incorporándose en este año el beneficio para tarjetas prepagas. Asimismo, se continuó otorgando el beneficio 2x1 en Life Cinemas.

También en el interior del país se participó otorgando beneficios con el objetivo de fomentar la activación y uso de la tarjeta de débito. Se destaca la Fiesta de la Patria Gaucha en Tacuarembó, espectáculos teatrales con funciones en varios departamentos del país (Menta Producciones - Circuito C.I.E.N. Pies, con las obras "Viaje al Centro de la Tierra" en Salto, "El Truco de Olej" en

Young, y "Pumba y Arriba" en Paysandú). Recientemente, se celebró un convenio para otorgar beneficios a clientes en seis salas de cines del Interior pagando la entrada con medios de pago del BROU.

Por otra parte, se inició una acción promocional conjunta con dos de los socios comerciales más importantes. Además del beneficio 2x1 en la entrada para el cine, y el 25% de descuento en almuerzos y cenas abonando con medios de pago del Banco, se generó el Circuito Dopo Cena por el cual los clientes que hayan abonado sus entradas para Life Cinemas con tarjetas del Banco, tienen un 2x1 en la sobremesa del Restaurante La Commedia.

Buscando incentivar el uso de las tarjetas del cobranding con Costa Urbana Shopping se participó con descuentos especiales en las campañas de descuentos como Happy Days, Gran Barata, Día de la madre, Por Fin Viernes, 18.03% OFF, 16 horas y Promo Navidad.

A su vez, se realizaron campañas promocionales de los medios de pago del Banco en conjunto con varios socios comerciales y otras en fechas especiales: Vuelta a Clases, Día de la Madre, Día del Padre, Juguetes y Regalos con Disco y Geant, y Vía Confort.

Para el segmento de público adolescente y joven se realizaron acciones promocionales con empresas de Viajes (Funtour y Planet Travel), además de realizar activaciones de la comunidad X mi cuenta en Facebook, junto con otros socios comerciales.

Finalmente, se continuó con la firma de acuerdos y convenios para el uso de medios de pago, generando así distintos beneficios con comercios de variados rubros entre los que se destacan: alquiler de autos, asistencia vehicular, gastronomía, hotelería, electrodomésticos, servicios de salud, ópticas, viajes y turismo. De esta forma, habiéndose celebrado 13 nuevos acuerdos se llegó a un total de 70 convenios vigentes.



Crédito Social

Crédito Social tiene, dentro de su oferta, el crédito al consumo como el producto destacado con respecto al resto. El mismo se ofrece tanto en Moneda Nacional como en Unidades Indexadas.

Asimismo, ofrece también una línea de crédito para compra de Vivienda, a un plazo máximo de 20 años.

Dentro del crédito al consumo cuenta con una diversidad de líneas que abarcan: préstamos a pasivos, préstamos a activos, adelanto sobre contrato de depósito a plazo fijo, adelanto sobre sueldo y préstamos pignoraticios.

Adicionalmente, la unidad concede créditos de gran impacto social, los cuales tienen como finalidad no sólo ofrecer un crédito en condiciones beneficiosas, sino también permitir el acceso al mismo a determinados sectores sociales, como aquellos afectados por catástrofes naturales, personas con capacidades diferentes para adquisición de automotores y/o sistemas de adaptación para mejorar la inserción social de estos individuos, así como también otros planes de análoga finalidad.

El stock de clientes con préstamos al 31/12/2015 fue de 509.000, cifra que se vio incrementada en 73.000 con respecto al cierre del año 2014.

Las colocaciones de la unidad ascendieron a U\$S 1.980 millones al cierre del ejercicio 2015, registrándose una caída de U\$S 61 millones con respecto a 2014. Esta caída se explica exclusivamente por el incremento del tipo de cambio al cierre de 2015 con respecto al del cierre del 2014. Medida en UI, las colocaciones al cierre del 2015 se incrementaron un 4,86% con respecto a 2014.

En la composición de la cartera por moneda sigue predominando la UI, manteniendo un guarismo del 64% sobre el total de la misma al cierre del ejercicio 2015.

En cuanto al Préstamo de Vivienda, se otorgaron 222 soluciones habitacionales a lo largo del año 2015 por un monto solicitado que ascendió a U\$S 15 millones.

En diciembre se realizó la Campaña Pasivos, mediante la cual los jubilados y pensionistas de todas las Cajas, acceden a préstamos en condiciones más beneficiosas que las habituales. En esta oportunidad, la cantidad de préstamos liquidados fue de 103.876, lo que significó un incremento de cartera de Pasivos del orden de U\$S 95 millones y una colocación que superó en un 5.56% a la Campaña desarrollada en 2014, medida ésta en Moneda Nacional a valores históricos.

La morosidad global de la cartera fue de 2,40% al 31 de diciembre de 2015, incrementándose levemente con respecto al resultado de 2,02% de dicho indicador al cierre de 2014.

Con el objetivo de continuar acercando los productos financieros de Crédito Social a la totalidad de la población en forma ágil, en el 2015 se realizaron acciones para que los clientes adhieran a la posibilidad de obtener préstamos a través e-BROU en un trámite sencillo y con crédito automático a su cuenta en el momento. Al cierre del 2015, habían contratado dicho servicio 41.651 clientes.

Asimismo, durante 2015 se firmaron 57 nuevos convenios con Empresas Asociadas, lo que ha significado la inclusión de 7.500 potenciales clientes.

CRÉDITO A LAS PERSONAS						
Saldo en millones de Dólares						
Modalidad	2013	2014	2015	Apertura por moneda 2015		
				Pesos	U.I.	Mon. Ext.
Crédito Social Consumo	2.009	1.967	1.905	697	1.190	18
Crédito Social Hipotecario	70	74	75	0	75	0
Tarjetas de Crédito	51	50	63	48	0	15
Total	2.130	2.091	2.043	744	1.265	33