



RESEÑA ANUAL

BANCA DE MENUDEO

Durante 2003, la captación total de Ixe Banco creció 12%, al pasar de \$6,430 millones a \$7,203 millones, mientras que la captación tradicional del público se ubicó a fin de año en \$4,106 millones, con un aumento de 31.5%. Estos resultados comparan favorablemente contra el mercado, que de acuerdo con cifras estimadas repuntó 6.9%. El saldo promedio de captación total por cliente se situó en \$161,384, equivalente a 14.7% por encima de lo reportado en 2002, y el número de clientes registrados al cierre del período fue 44,634. Vale la pena destacar el crecimiento en los fondos de inversión vendidos a través de las diecisiete oficinas que conforman la red de Ixe Banco, el cual fue de 52.9%.

Se liberó una nueva versión de Ixe Net, que tuvo como principal mejora la unificación del acceso al portal para personas morales y personas físicas y la posibilidad de manejar instrumentos de Casa de Bolsa. El número de usuarios creció de 10,817 a 16,329. También se incrementó el número de clientes quienes utilizan el servicio de atención telefónica, al igual que la demanda por el servicio a domicilio.

En el área de Tarjeta de Crédito, se llevaron a cabo campañas y sorteos con premios como viajes, descuentos y meses sin intereses para promover el uso de las tarjetas Ixe. Asimismo, se siguió la estrategia de colocar tarjetas a través de programas de precalificados con clientes de captación. Gracias a estas medidas, y a pesar de la fuerte competencia en este mercado, Ixe logró un crecimiento de 35.4% en colocación de tarjetas de crédito comparado con 2002; la facturación se elevó en 42% y la cartera total en 61.6%. El índice de cartera vencida como porcentaje de la cartera total disminuyó de 2.2% en 2002 a 1.9% en 2003. Por otro lado, la facturación con tarjeta de débito se incrementó 24.9% con respecto a 2002. No obstante el aumento en la facturación con tarjetas de crédito y débito, los índices de fraude descendieron de 0.13% en 2002 a 0.08% en 2003.

Con relación al negocio hipotecario, se amplió la gama de productos a fin de mantenerlos competitivos, lo cual contribuyó a alcanzar la meta de colocación de \$100 millones para el año 2003.