



ESTRATEGIA Y ACTIVIDAD COMERCIAL

Santander mantiene su estrategia de ser el banco mexicano con más rápido crecimiento rentable en banca de clientes. Las principales líneas de acción para conseguir este objetivo son vinculación de clientes a través de penetración de crédito y productos innovadores de inversión, impulso al negocio de Pymes, continuar con el crecimiento en nóminas, reforzar su posición en el mercado hipotecario y atender nuevos nichos de mercado, todo esto con una adecuada infraestructura.

Durante 2007, los volúmenes de negocio presentaron un fuerte dinamismo. La suma de cartera de crédito más depósitos y fondos de inversión se incrementó 11.9%, lo que representa más de P\$61,000 millones.

La cartera de crédito total sin IPAB se incrementó en los últimos 12 meses un 12.6% con sólidos crecimientos en cartera comercial, de consumo y vivienda. Los depósitos a la vista aumentaron durante 2007, 9.3% a la vez que los fondos de inversión presentan un crecimiento del 20.2%.

Tarjeta de Crédito

Durante el 2007 Santander colocó 1.3 millones de plásticos, logrando cerrar el año con un total de 5.1 millones de tarjetas. Como resultado de lo anterior, el índice de adicionalidad se incrementó casi 10 puntos porcentuales, de 29.9% a 39.2% respectivamente.

A lo largo del año se logró una facturación de \$83,700 millones, lo que representa un crecimiento del 15% contra la del 2006 y un incremento en el saldo de la cartera del 22.9%.

En el segundo trimestre del año y continuando con la excelente relación con Mexicana, se lanzó un nuevo producto enfocado a los clientes que viajan y requieren de un producto con tasa más baja. Este producto, "Santander Click