

disminuyeron 8.1% durante 2003. La cifra registrada durante el cuarto trimestre de 2003 es 19.4% inferior a la reportada durante el mismo trimestre de 2002.

El resultado de operación del Grupo para 2003 presentó un incremento de 13.9% al compararse con el resultado obtenido durante 2002 como resultado de la defensa en ingresos y menores gastos. Durante el cuarto trimestre de 2003, el resultado de operación se sitúa 18.5% por encima del obtenido en el mismo trimestre de 2002.

En consecuencia de estos resultados, el índice de recurrencia (comisiones / gastos de operación) mejora 14.6 puntos porcentuales (pp) durante el 2003 al pasar de 51.9% a 66.5%. El indicador de eficiencia (gastos / ingresos) presenta a su vez una mejora de 3.4 pp registrando al cierre del año 49.8% .

En materia de crédito, la cartera vigente sin IPAB se incrementó anualmente 10.9% con crecimientos en créditos al consumo (38.5%), entidades gubernamentales (15.7%) y créditos comerciales (4.5%). Este aumento da como resultado una ganancia en cuota de mercado de 1.5 pp respecto 2002 situándose en 14.9%.

La cartera vencida como porcentaje de cartera total o índice de cartera vencida finalizó en 1.2% en el 2003. El indicador de reservas a cartera vencida o índice de cobertura se situó en 285.4% confirmándose la calidad de activos del Grupo.

El índice de capitalización proforma para el negocio bancario se situó en 11.6% incluyendo riesgos de crédito y riesgos de mercado.

ACTIVIDAD COMERCIAL

Durante 2003, el Grupo continuó como líder en el lanzamiento de productos innovadores en beneficio de sus clientes, logrando crecimiento en actividad comercial bajo una sola red de sucursales a través de más de 900 oficinas y ofreciendo la más amplia gama de productos entre los que destacan:

SúperCuenta Millonaria: Cuenta de cheques que sortea 100 mil pesos en efectivo diariamente y 1 millón de pesos cada viernes. SúperCuenta Millonaria cuenta con línea de sobregiro y acceso a fondos de inversión y bancaseguros. La presencia constante de SúperCuenta Millonaria en los medios de comunicación, junto con el gran esfuerzo de nuestra red comercial, tuvo gran impacto en la atracción de nuevos clientes. En el transcurso del 2003 se reflejó un incremento del 69% en la apertura de cuentas nuevas. Un aspecto clave para el éxito del producto es que los sorteos de SúperCuenta Millonaria no son percibidos como un beneficio temporal, sino que han logrado posicionarse en el mercado como un atributo permanente de nuestras cuentas de cheques para individuos.