



ESTRATEGIA

El objetivo estratégico de Santander es ser el banco mexicano con más rápido crecimiento en la banca de clientes, un crecimiento orgánico sin descuidar rentabilidad. Para conseguir este objetivo se ha diseñado una estrategia de atracción y vinculación de clientes a través de productos de tarjeta de crédito, nomina y seguros. Esta base de clientes se ha segmentado por medio de un modelo diferenciado y claros lineamientos de acción, impulsando los negocios de mayor rentabilidad y potencial de crecimiento a través de un modelo multicanal apalancado en canales alternativos de atención a clientes. Todo esto acompañado con una expansión ordenada de infraestructura, llegando a un mayor número de clientes y reubicando sucursales hacia mercados más rentables.

El crecimiento de clientes ha sido impulsado principalmente por dos palancas: El producto de nomina, aprovechando la relación con empresas y corporativos y, las tarjetas de crédito a través de canales complementarios de venta e innovación de productos.

Las acciones anteriores han permitido a Santander acelerar el crecimiento en ahorro y créditos con resultados superiores al mercado, mejorando la composición de su cartera y ganando cuota en los negocios más rentables.

Los volúmenes de negocio se incrementaron un 15.3% durante 2006 para superar los \$500 mil millones de pesos: