

## DESEMPEÑO 2006

### **Sector Bancario**

En el 2006 Scotiabank reafirmó su solidez financiera, inició una nueva etapa de crecimiento, amplió su oferta de productos y mantuvo el liderazgo en el mercado hipotecario.

Scotiabank se ha enfocado en impulsar el segmento de consumo, principalmente créditos para autos e hipotecas, en donde se le reconoce una posición de liderazgo en el mercado. Los préstamos personales mostraron un sólido crecimiento del 30%, lo cual refleja la continua expansión de Scotiabank en su actividad de préstamos de menudeo. En este campo el Banco ha implementando nuevos esquemas que le han permitido mantenerse a la vanguardia en el mercado.

Los créditos al consumo aumentaron 28%, los cuales incluyen la adquisición de un portafolio de créditos automotrices a principios de 2006. De este crecimiento destacan principalmente la colocación de 235,000 tarjetas de crédito, cifra superior en 64% respecto al año anterior, esto apoyado con la campaña "32,000 puntos Fiesta Rewards" y algunas otras campañas complementarias de facturación. CrediAuto y ScotiaLine mantuvieron su oferta competitiva, colocándose nuevamente como uno de los productos favoritos de la clientela. Del mismo modo, ScotiaLine mostró un importante avance, con un incremento anual del 12%.

Los créditos comerciales, de entidades financieras y gobierno se ubicaron 15% abajo del año anterior, principalmente por la liquidación de un crédito de una entidad financiera, así como de entidades gubernamentales.

Por lo que respecta al incremento de la cartera vencida del 19%, este proviene principalmente de préstamos al consumo, en línea con el incremento en el volumen de estos portafolios. La baja anual de 12% en las reservas de cartera se debe al castigo de un crédito comercial.

La captación tradicional mostró una ligera evolución en todas sus líneas, registrando un incremento anual de 3%. Este crecimiento confirma la buena aceptación que continúan teniendo nuestros productos de captación encabezados por Cuenta UNICA, cuya familia ha venido ampliando su oferta existente, procurando abarcar un mayor número de segmentos satisfaciendo las diferentes necesidades de nuestros clientes. Además Cuenta UNICA forma parte de la estrategia adoptada "cero interés, cero comisiones", la cual busca disminuir el costo de captación y mantener su nivel de aceptación.

Los esfuerzos conjuntos entre la Banca Patrimonial con la de Menudeo han permitido poner a disposición de nuestros clientes productos que satisfagan sus necesidades sofisticadas de inversión, con todos los servicios bursátiles y bancarios que requieren en forma integral.