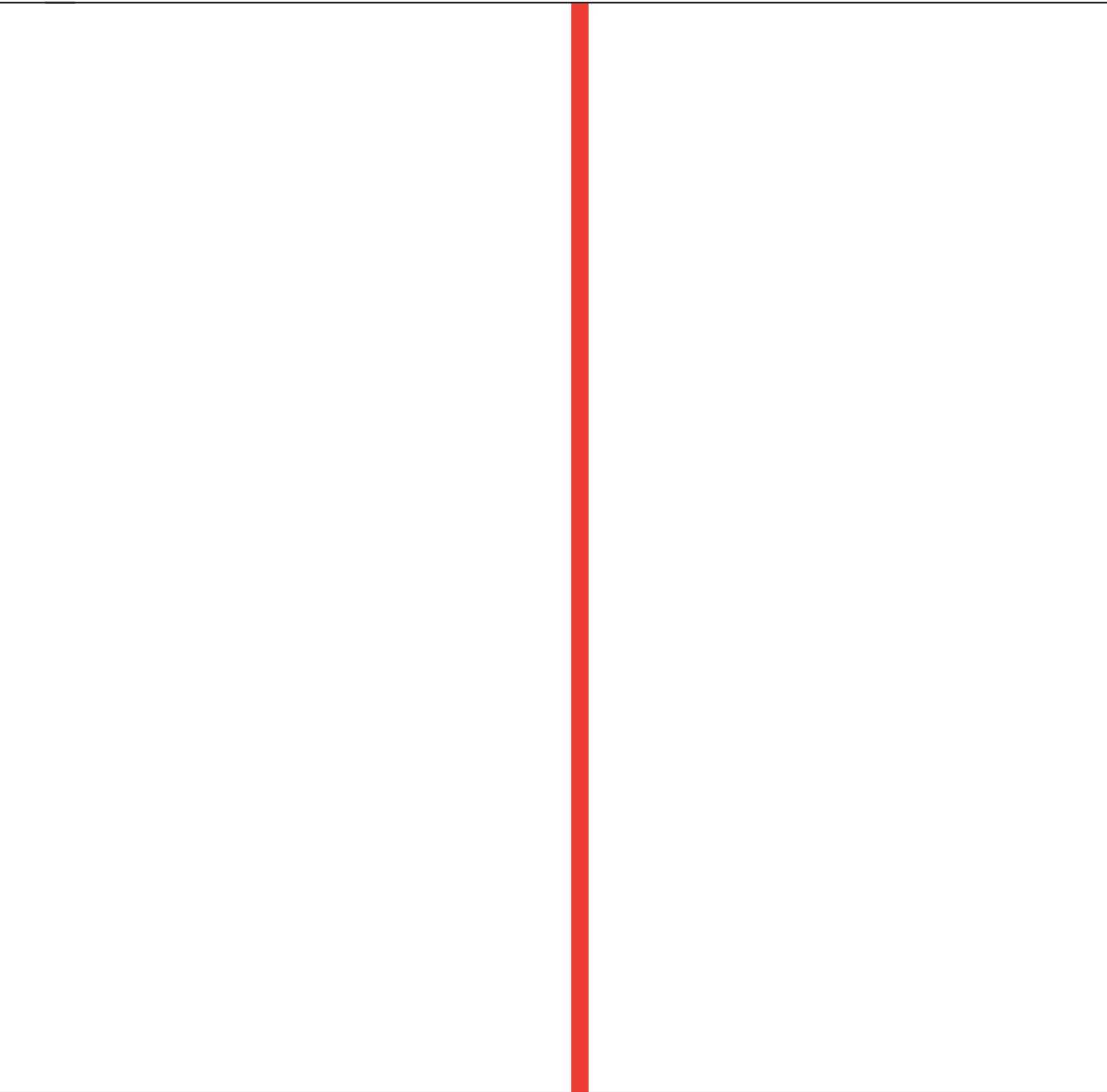




 Santander
Central Hispano



Respuesta a seis preguntas	2	Qué. Por qué. Para quién. Cómo. Dónde. Cuándo
Mensaje del Presidente	4	"El Grupo Santander ha invertido en 2002 el 2,7% del beneficio neto atribuido en actividades de Responsabilidad Social Corporativa"
Perfil del Grupo Santander	6	Visión y valores
	7	El Grupo Santander en cifras
	10	Estructura jurídica y accionarial
	11	Capitalización
	12	Áreas de negocio
Un compromiso múltiple	14	El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Santander
	15	La triple dimensión de la Responsabilidad Social
	17	El Pacto Mundial
Santander y sus Clientes	18	La calidad del servicio
	27	Los mejores productos para cada uno
Santander y sus Accionistas	30	Transparencia y creación de valor
	36	Estructura de gobierno corporativo
Santander y sus Empleados	40	Gestión de Recursos Humanos en un grupo multilocal
	44	Igualdad de oportunidades
	46	Formación
	47	Comunicación interna
	47	Relaciones laborales
	48	Mecanismos de apoyo al empleado
Santander y sus Proveedores	50	Política de compras
	51	Cadena de adhesiones
Santander en Comunidad	52	Inversión en acción social
	53	Santander Universidades
	59	Otros proyectos de carácter educativo
	60	Coparticipación con clientes y empleados y cooperación al desarrollo
	65	Proyectos de preservación del patrimonio cultural
	67	Las Fundaciones del Grupo Santander
Santander y el Medio Ambiente	70	Nuestra política medioambiental
	71	Impacto directo sobre el medio ambiente
	75	Impacto medioambiental de nuestra actividad con terceros
	76	Formación y difusión
	77	El papel de nuestra Fundación
Glosario	78	
Indicadores GRI	80	

Respuesta a seis preguntas

Qué “

Esta Memoria es la primera sistematización en un documento público de los criterios, compromisos y actividades del Grupo Santander en materia de Responsabilidad Social, en su triple dimensión –económico-financiera, social y medioambiental–, es decir, el conjunto de los elementos que configuran la relación del Santander con la sociedad

”

Por qué “

La Responsabilidad Social es, para el Grupo Santander, un elemento estratégico de su gestión. Nuestro Grupo entiende que, desde el papel que le otorga su liderazgo como primera entidad financiera española y una de las más importantes del mundo, le corresponde situarse a la cabeza de un nuevo concepto de empresa donde la obtención de resultados va ligada a su compromiso con cuantos la rodean y con la sociedad en la que está presente. Queremos hacer explícito este compromiso, del que hemos sido siempre conscientes, a través de esta Memoria

”

Para quién “

Esta Memoria contiene, sobre todo, una descripción de las relaciones que el Grupo mantiene con todos los colectivos con los que se relaciona: clientes, accionistas, empleados y proveedores. También describe las acciones que viene desarrollando con la sociedad y los colectivos de los países en los que está presente. Todos ellos son sus destinatarios naturales, así como aquellos profesionales –analistas, medios de comunicación, etc.– que, a través de su trabajo, refuerzan las relaciones entre la sociedad y nuestro Grupo

”

Cómo “ El seguimiento de nuestra actuación en materia de Responsabilidad Social es un proceso que se realiza mediante indicadores objetivos, ajustados a las necesidades de gestión del Grupo. En muchos aspectos, estos indicadores se corresponden con los del Global Reporting Initiative (GRI) recogidos en su Guía 2002. Al final de la Memoria se incluye un índice con cada uno de los indicadores del GRI y la página o páginas del texto en que se aborda. Se ha procurado que la respuesta a cada uno de los indicadores vaya acompañada de los datos o elementos de gestión que muestren su cumplimiento. Todos los datos han sido verificados por el Grupo Santander, quien acredita su veracidad ”

Dónde “ Esta Memoria cubre el conjunto de las actividades del Grupo en los países en los que desarrolla su actividad financiera. No obstante, dadas las dimensiones, la dispersión geográfica y la diversidad de las entidades que lo componen, no toda la información aparece individualizada al detalle ”

Cuándo “ El periodo de tiempo cubierto por esta Memoria abarca, fundamentalmente, el comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2002. Sin embargo, al tratarse de la primera edición, se describen también actuaciones anteriores a esa fecha cuyo conocimiento es imprescindible para entender en su verdadera dimensión la envergadura de lo realizado ”

“ El Grupo Santander ha invertido en 2002 el 2,7% del beneficio neto atribuido en actividades de Responsabilidad Social Corporativa ”



La Memoria de Responsabilidad Social

El Informe Anual clásico es el modo habitual de dar respuesta a la exigencia legal –que en España se remonta nada menos que al Código de Comercio de 1885– de transmitir al exterior una “imagen fiel” de la empresa. Pero hasta ahora esa imagen fiel se ha entendido casi de modo exclusivo en términos de resultados financieros y de actividad empresarial. El nuevo concepto de Responsabilidad Social Corporativa obliga a abordar la cuestión desde una óptica mucho más amplia, considerando la vertebración que la empresa mantiene con la sociedad a la que pertenece. La Memoria de Responsabilidad Social, por tanto, es un complemento imprescindible del Informe Anual y sin ella la “fotografía” de nuestro Banco no estaría completa.

Un compromiso

Las empresas del siglo XXI están obligadas a adaptarse a nuevas exigencias sociales y ello pasa por asumir el papel que les corresponde en aspectos en los que su influencia es muy relevante: las relaciones con sus clientes, con sus empleados y con sus proveedores, la preocupación por el medio ambiente, el compromiso con la sociedad o, por decirlo de un modo más exacto, con las sociedades con las que se relaciona. Nuestro Grupo cuenta con más de cien mil empleados y atiende a 35 millones de clientes: es lógico que nuestro grado de Responsabilidad Social sea proporcional a nuestro liderazgo.

Una estrategia

La Responsabilidad Social implica una estrategia basada en una relación viva, de mejora permanente, con todos los *stakeholders* y, muy especialmente, con los clientes. Tenemos que plantearnos de forma continua cómo podemos mejorar nuestras relaciones con cada uno de estos colectivos.

Sin desestimar a ninguno de ellos, me preocupa, de forma prioritaria, el modo en que llegamos a nuestros clientes, porque ellos son el auténtico motor del Grupo. Y remarco este punto con un claro sentido autocítico, porque creo que algunas de las últimas circunstancias del Grupo, relativas a su crecimiento, han provocado en ocasiones algún deterioro en la calidad del servicio. La situación ha mejorado y mejorará más en el inmediato futuro, pero debemos

extraer de esas circunstancias una enseñanza fundamental: que no podemos bajar la guardia en lo relativo a la Responsabilidad Social.

Desarrollo sostenible

La Responsabilidad Social es una respuesta nueva a una necesidad actual: la de apostar por un concepto de desarrollo en el que la producción sea compatible con la preservación de los valores sociales y naturales. Y ello no implica renuncia o dejación alguna del objetivo básico de la empresa, que es la obtención de beneficios. Al contrario, estoy convencido de que la sociedad, los clientes y los inversores primarán cada vez más a las empresas que apostamos por un desarrollo sostenible.

A medio y largo plazo

El concepto de Sostenibilidad va estrechamente ligado a las ideas de permanencia y de equilibrio. La actividad humana en general, y la empresarial en particular, tienen que desterrar de sus modos de actuación el corto plazo como horizonte y el desinterés por cuanto les rodea. Hay que apostar por modelos en los que sea perfectamente compatible el desarrollo y el crecimiento con la conservación del medio ambiente, con la calidad de vida de las personas, con el apoyo a la educación y la cultura como instrumentos esenciales para la construcción del futuro.

Para un futuro mejor

El Grupo Santander ha invertido en 2002 61 millones de euros en actividades de acción social y cultural, lo que representa el 2,7% del beneficio neto atribuido en ese ejercicio. Es un enorme esfuerzo que sólo tiene sentido si se piensa en términos de inversión de futuro. Inversión a largo plazo, en valores intangibles, pero absolutamente esenciales, como son un mejor desarrollo de nuestras sociedades, una mayor preparación de nuestros jóvenes, una recuperación de valores, etcétera. Una inversión que redundá en beneficio de la sociedad y, también, cómo no, en nuestro propio beneficio.

En el Santander hemos tenido estas ideas muy claras desde hace mucho tiempo. Es verdad que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa es relativamente reciente

y la formulación de políticas en esta materia está haciéndose ahora. Pero nuestro Banco es pionero en muchas de estas actividades. Y eso es lo que nos permite formular nuestra estrategia en este campo con la confianza de saber que llevamos mucho camino andado.

La Universidad, nuestro foco

Un ejemplo muy claro de lo anterior es nuestra relación con las universidades. Son la base esencial del desarrollo intelectual y humano de los países y uno de los motores de su crecimiento económico. Hace ya más de seis años que iniciamos un programa de colaboración que hoy supone la existencia de más de 250 convenios con otras tantas instituciones académicas en España, Portugal e Iberoamérica y que engloba a 637 universidades vinculadas al Portal Universia. Tenemos razones para sentirnos orgullosos de lo que hoy es la mayor alianza entre una entidad financiera y el mundo académico y universitario.

Continuidad

Bajo esta forma u otra semejante, a partir de ahora el Banco rendirá cuentas cada año del grado de cumplimiento de sus compromisos con la sociedad. Estoy convencido de que hemos entrado en una dinámica imparable, y de que las empresas que quieran adentrarse en el siglo XXI con garantías de éxito deben estar en condiciones de someterse periódicamente al examen de la opinión pública. En el Grupo Santander nos hemos propuesto aprobar cada año este examen con buena nota.



Emilio Botín
Presidente

Perfil del Grupo Santander

“ Somos la primera entidad financiera de España, la segunda de la zona euro y uno de los líderes de Iberoamérica, con una capitalización a 31 de diciembre de 2002 superior a 31.000 millones de euros ”

“ Aspiramos a ser uno de los 10 primeros bancos del mundo, manteniendo nuestro carácter multilocal y nuestro enfoque en banca comercial ”

“ Buscamos la satisfacción de nuestros clientes y la calidad de nuestros productos y servicios, a partir de cuatro valores esenciales: dinamismo, fortaleza, innovación y liderazgo ”

“ Nuestras actividades se concentran fundamentalmente en siete países: España, Portugal, Brasil, México, Chile, Venezuela y Puerto Rico ”

Visión

1. Queremos ser uno de los 10 bancos más rentables y con mayor capitalización bursátil del mundo, asegurando nuestra posición de liderazgo en el tiempo.
2. Somos un grupo multilocal, que combina un modelo de negocio común con la mejor gestión local. Nos centramos en el eje Europa-Iberoamérica y estamos fuertemente enfocados a la banca comercial.
3. Definimos la satisfacción del cliente y la innovación constante en productos y servicios como los ejes fundamentales de nuestra gestión diaria.

Valores

1. Dinamismo

Iniciativa y agilidad para descubrir y explotar las oportunidades de negocio antes que nuestros competidores y flexibilidad para adaptarnos a los cambios de mercado.

2. Fortaleza

La solidez de nuestro balance y la prudencia en la gestión del riesgo son las mejores garantías de nuestra capacidad de crecimiento y de generar valor para nuestros accionistas en el largo plazo.

3. Innovación

Búsqueda constante de productos y servicios que cubran las nuevas necesidades del cliente y nos permitan obtener incrementos de rentabilidad superiores a los de nuestros competidores.

4. Liderazgo

Vocación de liderazgo en todos los mercados donde estamos presentes, contando con los mejores equipos y una constante orientación al cliente y a los resultados.

El Grupo Santander en cifras*

2002

Activo total	millones de euros	324.208
Recursos propios	(ratio BIS) millones de euros	23.417
Recursos de clientes gestionados	millones de euros	304.893
Margen de explotación	millones de euros	5.565,8
Beneficio neto atribuido	millones de euros	2.247,2
Número de clientes		35.000.000
Número de accionistas		1.092.193
Número de empleados		104.178
Número de oficinas		9.281
Cajeros automáticos		18.400
Número de tarjetas de crédito y débito		21.713.000
Inversión en acción social	porcentaje del beneficio neto atribuido	2,7%

*La información contenida en este capítulo es un extracto del Informe Anual 2002, donde puede consultarse con detalle

Brasil

Grupo Santander Banespa

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	4,5%
Posición ranking nacional	4º
Beneficio neto atribuido	801,9 millones de euros
Número de clientes	4.600.000
Número de oficinas	2.000 + 7.500 cajeros automáticos
Número de empleados	21.077

México

Grupo Financiero Santander Serfin

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	13%
Posición ranking nacional	3º
Beneficio neto atribuido	681,4 millones de euros
Número de clientes	4.135.000
Número de oficinas	1.022 + 1.806 cajeros automáticos
Número de empleados	11.543

Puerto Rico

Banco Santander Puerto Rico

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	14%
Posición ranking nacional	4º
Beneficio neto atribuido	12,1 millones de euros
Número de clientes	319.000
Número de oficinas	68 + 140 cajeros automáticos
Número de empleados	1.587

Venezuela

Banco de Venezuela

Negocio principal	Banca comercial y gestión de activos
Cuota de mercado	12%
Posición ranking nacional	1º
Beneficio neto atribuido	166,5 millones de euros
Número de clientes	1.923.000
Número de oficinas	287 + 633 cajeros automáticos
Número de empleados	5.210

Argentina

Banco Rio

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	11%
Posición ranking nacional	3º
Beneficio neto atribuido	0 (*)
Número de clientes	2.390.000
Número de oficinas	306 + 502 cajeros automáticos
Número de empleados	4.283

Colombia

Banco Santander Colombia

Negocio principal	Banca privada
Cuota de mercado	5%
Posición ranking nacional	7º
Beneficio neto atribuido	12,0 millones de euros
Número de clientes	520.000
Número de oficinas	107 + 136 cajeros automáticos
Número de empleados	2.056

(*) Los resultados en 2002 han sido neutralizados a nivel Grupo

Chile

Banco Santander Chile

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	20%
Posición ranking nacional	1º
Beneficio neto atribuido	228,9 millones de euros
Número de clientes	1.984.000
Número de oficinas	375 + 1.119 cajeros automáticos
Número de empleados	9.562

España

Banco Santander Central Hispano

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	14,5%
Posición ranking nacional	1º
Beneficio neto atribuido	1.376,2 millones de euros
Número de clientes	8.200.000
Número de oficinas	2.506 + 4.578 cajeros automáticos
Número de empleados	22.914

Portugal

Grupo Totta

Negocio principal	Banca universal (banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería)
Cuota de mercado	10%
Posición ranking nacional	3º
Beneficio neto atribuido	223,1 millones de euros
Número de clientes	2.135.000
Número de oficinas	659 + 923 cajeros automáticos
Número de empleados	6.333

Banesto

Negocio principal	Banca comercial, gestión de activos, banca privada, banca corporativa y tesorería
Cuota de mercado	3,7%
Posición ranking nacional	5º
Beneficio neto atribuido	414,2 millones de euros
Número de clientes	3.500.000
Número de oficinas	1.679 + 1.559 cajeros automáticos
Número de empleados	9.153

Banca de Consumo en Europa: Santander Consumer Finance

España y Portugal

Hispamer

Cuota de mercado	25% (*)
Posición ranking nacional	1º (**)
Beneficio neto atribuido	90,2 mill. de euros
Número de clientes	4.330.000
Número de oficinas	101
Número de empleados	1.059

Alemania

CC-Bank

Cuota de mercado	15,4%
Posición ranking nacional	2º (**)
Beneficio neto atribuido	114,4 mill. de euros
Número de clientes	2.100.000
Número de oficinas	52
Número de empleados	2.141

Italia

Finconsumo

Cuota de mercado	4,4%
Posición ranking nacional	7º (**)
Beneficio neto atribuido	4,6 mill. de euros
Número de clientes	500.000
Número de oficinas	23
Número de empleados	456

(*) Datos referidos exclusivamente a España

(**) En financiación de automóviles

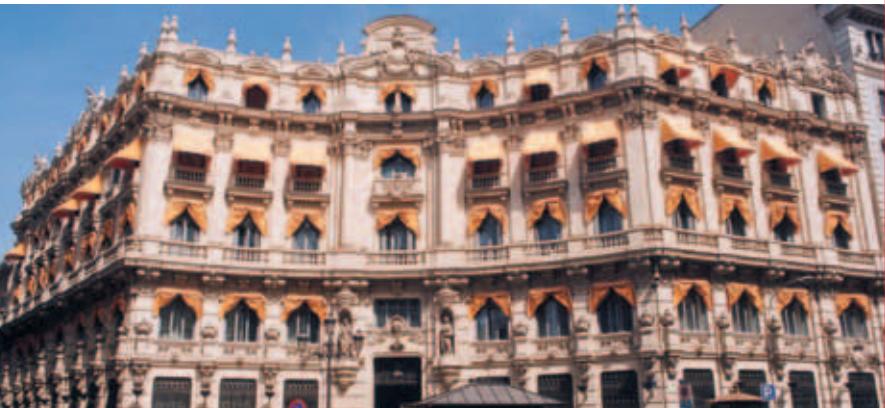
Perfil del Grupo Santander



Sede Social, Santander

Ratios de capital a 31 de diciembre de 2002

Core Capital	5,07%
Tier I	8,01%
Ratio BIS	12,64%



Sede Operativa, Madrid

Estructura jurídica

Banco Santander Central Hispano S.A. es una entidad de derecho privado, sujeta a la normativa y regulaciones de las entidades bancarias operantes en España. Banco Santander Central Hispano es el resultado de la fusión, en abril de 1999, de los bancos Santander (fundado en 1857) y Central Hispano Americano, resultado a su vez de la fusión en 1991 del Banco Central (fundado en 1919) y Banco Hispano Americano (fundado en 1900). El domicilio social está en Santander (España).

Capital y reservas del Grupo	millones de euros	31-12-02
Capital suscrito y desembolsado	2.384,2	
Reservas	14.353,2	
TOTAL	16.737,4	

Banco Santander Central Hispano es una sociedad cotizada en bolsa. Sus acciones están admitidas a cotización en las cuatro bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) así como en las de Londres, París, Frankfurt, Lisboa, las bolsas suizas, Milán, Nueva York y Buenos Aires. La acción Santander Central Hispano está incluida, entre otros índices, en el Ibex-35 de la Bolsa de Madrid, en el Euro Stoxx 50, en el Dow Jones Sustainability Index y en el FTSE4Good.

El capital social del Banco asciende a 2.384 millones de euros, representado por 4.768.402.943 acciones nominativas con un valor nominal de 0,50 euros cada una, completamente desembolsadas.

Estructura accionarial

El número de accionistas del Banco al cierre del ejercicio 2002 ascendía a 1.092.193, cien mil más que el año anterior.

Número de acciones	31-12-02
Consejo de Administración	451.699.624
Empleados ⁽¹⁾	19.560.770
Instituciones españolas	435.464.351
Instituciones extranjeras	2.291.139.371
Individuales residentes	1.549.412.042
Individuales no residentes	21.126.785
TOTAL	4.768.402.943

(1) Excluido el Consejo de Administración.

No existe ninguna persona física o jurídica que de manera directa o indirecta posea más de un 10% del capital, lo cual implica que ningún accionista ejerce o puede ejercer el control sobre el Banco.

Principales accionistas	acciones representadas	31-12-02
	(1)	(2)
Royal Bank of Scotland	2,83	5,04
Société Générale	2,73	-
D. Emilio Botín	2,63	-
Commerzbank	1,92	3,72
D. Antonio de Sommer Champalimaud	2,14	-
Sanpaolo IMI	2,87	5,16
Assicurazioni Generali	1,07	-
D. Antonino Fernández	0,53	-

(1) Participación en el capital social de Santander Central Hispano (%)

(2) Participación de Santander Central Hispano en su capital social (%)

En el Informe Anual 2002 quedan igualmente reflejadas las participaciones de los consejeros en el capital social del Banco a 31 de diciembre de 2002, así como sus retribuciones. En total, la participación del Consejo de Administración en el capital social se situó a 31 de diciembre de 2002 en el 9,47%.

Distribución geográfica del accionariado	31-12-02
	%
España	45,46
Resto de Europa	45,14
América	9,29
Resto del mundo	0,11
TOTAL	100,00

Capitalización

La capitalización del Banco a 31 de diciembre de 2002 ascendía a 31.185 millones de euros. Esta cifra convierte a Santander Central Hispano en la mayor entidad financiera española por este concepto y la segunda del sector financiero en el Dow Jones Euro Stoxx 50, que agrupa las cincuenta principales sociedades cotizadas de la eurozona.

Santander Central Hispano es el valor más líquido de su sector en España. En 2002 se negociaron 73.306 millones de euros, 19.945 millones más que en 2001, lo que supone un ratio de liquidez del 202%. La media diaria de contratación durante el ejercicio ha sido de 38,1 millones de acciones.

Perfil del Grupo Santander

Ratios a 31 de diciembre de 2002

ROE **12,42%**
Eficiencia **52,28%**



Beneficio por acción **0,4753 euros**
Rentabilidad por dividendo
(sobre cambio fin del ejercicio) **4,4%**

Áreas de negocio

Santander Central Hispano es un banco especializado en banca comercial, con una fuerte presencia en Europa e Iberoamérica.

El carácter multilocal del Grupo le permite atender de manera muy específica las necesidades y demandas de cada uno de los países en los que desarrolla su actividad, proporcionando, a través de productos y servicios locales, respuestas apropiadas para cada caso.

La actividad de banca comercial genera el 86% del margen de explotación del Grupo y es donde reside su principal ventaja competitiva.

Esta actividad se complementa con negocios globales: gestión de activos, banca privada, banca corporativa, banca de inversión y tesorería.

El Grupo Santander está organizado en cinco áreas de negocio:

1. Banca Comercial Europa: incorpora las actividades bancarias desarrolladas por las redes y unidades comerciales en Europa, especializadas fundamentalmente en clientes particulares, pequeñas y medianas empresas e instituciones públicas y privadas. Se desglosa en cinco unidades:

- Banca Comercial Santander Central Hispano
- Banesto
- Portugal
- Financiación al Consumo
- Banca *on-line*

2. Banca Comercial América: recoge las actividades de banca universal que el Grupo desarrolla a través de sus bancos filiales y subsidiarias financieras en Iberoamérica. Las actividades correspondientes a banca de inversión y gestión de activos se canalizan a través de las unidades especializadas del Grupo.

3. Gestión de Activos y Banca Privada: incluye la actividad de gestión de activos de fondos de inversión, fondos de pensiones y de clientes de banca privada, el negocio de bancaseguros y la actividad de banca privada en España y en el resto del mundo.

4. Banca Mayorista Global: desarrolla las actividades de banca corporativa de Santander Central Hispano en España y en Europa, las tesorerías de Madrid y Nueva York y los negocios de banca de inversión en todo el mundo.

5. Centro Corporativo: incorpora los negocios de gestión centralizada relativos a participaciones industriales (estratégicas o temporales), la gestión financiera de la posición estructural de cambio, la cartera Alco y la gestión de recursos propios. Como *holding* del Grupo, maneja el total del capital y reservas, la asignación de capital, y la liquidez con el resto de los negocios. Sus datos incorporan los saneamientos de fondo de comercio y riesgo país, pero no recoge los gastos de servicios centrales del Grupo, que se contabilizan en cada área.

Datos por áreas de negocio

31-12-02

	Margen de explotación	Beneficio neto atribuido	Eficiencia	ROE
	Millones de euros	Millones de euros	%	%
Banca Comercial Europa	2.810,2	1.565,7	50,04	19,07
Santander Central Hispano (Banca Comercial)	1.383,6	786,0	50,00	21,34
Banesto	609,1	414,2	51,44	17,28
Portugal	366,0	191,2	49,38	15,71
Financiación al Consumo	441,4	209,1	43,34	24,73
Banca <i>on-line</i>	10,1	(34,8)	84,85	—
Banca Comercial América	2.204,5	1.098,5	54,01	22,89
Gestión de Activos y Banca Privada	476,4	327,0	41,94	66,08
Banca Mayorista Global	344,9	176,3	51,49	9,30
Centro Corporativo	(270,2)	(920,4)	—	—
TOTAL	5.565,8	2.247,2	52,28	12,42

Un compromiso múltiple

“ El Grupo es consciente de los compromisos que, desde la óptica de la Responsabilidad Social, tiene contraídos con el conjunto de la sociedad ”

“ El Plan de Responsabilidad Social del Grupo es una iniciativa ambiciosa para la aplicación de la Sostenibilidad a la gestión empresarial ”

“ Entendemos la Responsabilidad Social desde la triple dimensión económica, social y medioambiental ”

El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Santander

Cuando, el pasado día 8 de noviembre de 2002, el Presidente del Grupo Santander presentó en la Universidad de Salamanca el Plan de Responsabilidad Social, se iniciaba formalmente una nueva etapa en la manera de entender las relaciones que nuestro Grupo mantiene con la sociedad y se daba un impulso definitivo al nuevo modelo de empresa que se perfila para el siglo XXI.

Dicho Plan es la plasmación conceptual y estructurada de las acciones y comportamientos que el Grupo viene desarrollando desde antiguo. En el Santander somos conscientes de que un gran banco como el nuestro tiene que relacionarse con sus grupos de interés –stakeholders– sobre la base de unos comportamientos éticos irreprochables. Nuestro objetivo es dar el mejor servicio al cliente y crear valor para el accionista. Estamos convencidos de que estos objetivos sólo se consiguen si en la gestión empresarial se introducen los mecanismos y los procedimientos necesarios para garantizar la triple dimensión que vertebría el concepto de Sostenibilidad: la económico-financiera, la social y la medioambiental.

Esta apuesta por la Sostenibilidad ha permitido al Grupo adherirse con la máxima prontitud a las diversas iniciativas internacionales que se han puesto en marcha en la materia. Como resultado, Santander Central Hispano ha sido incluido en los índices bursátiles Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good, que acreditan a las grandes compañías internacionales con clara apuesta por la Sostenibilidad.

El Plan de Responsabilidad Social Corporativa de Santander Central Hispano parte de una concepción global de la Sostenibilidad y del convencimiento de que las relaciones del Grupo con los países en los que se integra deben estar basadas en un conjunto de compromisos concretos.

Sobre esta base, el Banco adoptó en la formulación del Plan un catálogo de nueve medidas, con efectos inmediatos en la gestión y en la organización del Grupo, que cubren el conjunto de los aspectos a tener en cuenta desde la óptica de la Sostenibilidad.

La triple dimensión de la Responsabilidad Social Corporativa

Entendida en su vertiente más global, la Responsabilidad Social del Grupo Santander se extiende a las tres dimensiones de la Sostenibilidad:

1. La dimensión económico-financiera se refiere a las consecuencias directas que tiene sobre la sociedad la actividad principal del Banco.
2. La dimensión social hace referencia al modo en que el Banco se relaciona con la sociedad en su conjunto.
3. La dimensión medioambiental es aquella que toma en consideración el entorno ambiental y las repercusiones que la actividad, directa o indirecta, del Banco tiene sobre él.

Sobre la base de esta triple dimensión, surgen una serie de compromisos:

Compromiso con los clientes, a los que nos esforzamos cada día por atender con los productos más adecuados a sus necesidades, junto a un mejor servicio y unos canales fluidos de diálogo para atender a sus demandas.

Compromiso con los accionistas, para ofrecerles una adecuada rentabilidad a su inversión, en un marco de total transparencia.

Compromiso con los empleados, desde la convicción de que ellos son el auténtico motor del Grupo, para que desarrollem su tarea en las mejores condiciones retributivas, profesionales y personales.

Compromiso con los proveedores, para que actúen en sintonía con el Banco a partir de unas bases sólidas de lealtad, transparencia y principios compartidos.

Compromiso con la sociedad, en los distintos países en los que el Banco está presente, con el fin de favorecer su desarrollo.

Compromiso con el medio ambiente, para garantizar su preservación, tanto desde las actividades que realiza el propio Banco, como de las que realizan sus clientes y proveedores.

Un compromiso múltiple



“ El Grupo Santander se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, desde donde promueve la aplicación de los derechos humanos, las normas laborales y la protección del medio ambiente, en su propio ámbito y en los grupos con los que se relaciona ”



Plan de Responsabilidad Social Corporativa: las 9 medidas

Primera

Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Segunda

Creación de un departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

Tercera

Avanzar en la conciliación de trabajo y familia.

Cuarta

Coparticipación de empleados y empresa en proyectos solidarios.

Quinta

Formación en Responsabilidad Social.

Sexta

Sistematización del análisis de riesgo medioambiental en las operaciones de créditos a clientes.

Séptima

Certificación medioambiental de centros de trabajo.

Octava

Limitación del impacto medioambiental derivado de la propia actividad del Banco.

Novena

Potenciación de las campañas de marketing social.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (The Global Compact)

Unir el poder de los mercados con el compromiso de aplicación de los valores universales es el objetivo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una iniciativa que pretende salvaguardar el crecimiento sostenible en la actual economía global.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas promueve los valores fundamentales para satisfacer las necesidades socio-económicas mundiales. Reclama la colaboración y el compromiso de las compañías multinacionales para trabajar junto con las Naciones Unidas en pro de la Sostenibilidad de las empresas y de la búsqueda de soluciones en ámbitos sociales.

El Grupo Santander se adhirió al Pacto Mundial en el año 2002 y desde entonces juega un activo papel en su comité español, en el que representa al sector de banca y seguros. Los principios del Pacto Mundial han sido la base para la formulación del Plan de Responsabilidad Social del Grupo.

Consideramos que los principios establecidos en este Pacto son importantes para la consecución de una economía mundial libre y próspera, y esenciales para un progreso económico y social sostenible. Por eso hemos pedido también a nuestros proveedores que lo suscriban con el fin de generar una cadena de adhesiones que garantice su cumplimiento.

El Pacto establece los nueve principios siguientes:

Derechos Humanos

1. Apoyo y respeto de los derechos humanos dentro de nuestro ámbito de influencia.
2. Garantizar que las propias compañías no sean cómplices en casos de abuso de derechos humanos.

Trabajo

3. Libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminación de toda forma de trabajo forzado u obligatorio.
5. Abolición efectiva del trabajo infantil.
6. Eliminación de la discriminación en relación al empleo y a la ocupación.

Medio Ambiente

7. Apoyar un enfoque prudente de las cuestiones medioambientales.
8. Emprender iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

“ Nuestros 35 millones de clientes son el centro de nuestra actividad ”

“ Nos esforzamos por mejorar la calidad de los productos y la atención al cliente, mediante sistemas de control y gestión cada vez más sofisticados ”

“ Nuestros productos y servicios son líderes en el mercado porque están concebidos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes desde una óptica local ”

La base de la actividad de nuestro Grupo son los más de 35 millones de clientes que se relacionan con nosotros. Se trata de una tipología de clientes muy diversa: particulares y empresas, clientes institucionales y grandes cuentas, cada uno con las características y los elementos diferenciales propios de cada país. Nuestro objetivo es atenderlos a todos con el mejor servicio y los mejores productos.

La calidad de servicio

El Grupo Santander considera fundamental satisfacer las expectativas de sus clientes en cuanto a la calidad del servicio recibido.

Además de ser un objetivo comercial de primer orden, lograr un alto nivel de calidad permite mejorar el grado de vinculación de los clientes con el Grupo y, como consecuencia, aumenta el número y el volumen de los servicios prestados, lo que resulta especialmente importante en entidades con una alta cuota de mercado.

Como parte de la política de calidad, todos los bancos del Grupo disponen de un responsable y un Comité de Calidad donde periódicamente se revisa todo lo relativo a la calidad de servicio, a los resultados de encuestas y a las investigaciones de mercado. Una buena muestra de nuestra preocupación por la calidad la constituye el hecho de que hemos sido el primer banco que recibe una certificación global ISO 9001 para la totalidad de sus procesos y actividades en España y en Portugal.

En España, la Red Santander Central Hispano cuenta con una política de calidad que parte de un principio muy claro: el cliente es el centro de todas las actuaciones.

Para la puesta en marcha de acciones de mejora concretas existe un cuidado proceso que parte del análisis de la calidad percibida por los clientes, realizado mediante encuestas telefónicas que ofrecen información de gran utilidad para la gestión comercial.

El complemento de este proceso es un sistema de reconocimiento e incentivos que, con total transparencia, premia a las oficinas y empleados que más han destacado en la calidad de servicio.

La difusión de los principios de actuación resulta especialmente relevante y para ello se ha editado un cartel que recuerda, de forma sencilla y didáctica, las 15 razones que sustentan la relación con el cliente.

Las mejores prácticas desarrolladas por el Banco en España han sido trasladadas al resto de entidades del Grupo, adaptándose a las necesidades concretas de cada país.

En los bancos del Grupo se proporciona formación en calidad de servicio para todos los canales y segmentos de negocio. Esta formación presta especial atención a los sistemas de vinculación, a la actitud comercial y a los estándares de comportamiento tanto en oficinas como en atención telefónica.

Premios y reconocimientos 2002

Euromoney Awards for Excellence 2002

- Mejor Banco en Latinoamérica (Grupo Santander)
- Mejor Banco en Portugal (Totta e Acores)
- Mejor sociedad de valores en España (Santander Central Hispano Bolsa)
- Mejor Banco en Chile (Banco Santander Chile)
- Mejor Banco en Venezuela (Banco de Venezuela)

The Banker - Premios Bracken 2002

- Mejor Banco en España
- Mejor Banco en Latinoamérica
- Mejor Banco en Portugal
- Mejor Banco en México

The Banker: Ranking de los mejores Bancos

En el ranking de los 100 bancos latinoamericanos 2002 con mayor Tier I capital aparecen seis bancos del Grupo entre los primeros 25: Banco Río (12º), Santander Mexicano (13º), Banco Santiago* (15º), Banespa (16º), Banco Santander Chile* (24º) y Banco de Venezuela (25º).

* Banco Santiago y Banco Santander Chile se fusionaron en agosto de 2002

Premio Iberoamericano de la Calidad

A Banefe (Chile), en la categoría de Empresa Privada Grande entregado en la XII Cumbre Iberoamericana.

AmericaEconomía

En el ranking de los 25 mejores bancos de América Latina (considerando factores como eficiencia, rentabilidad y solvencia, entre otros), cuatro de los primeros cinco bancos –Banco Santander Chile (1º), Banco Santiago (2º), Santander Serfin (3º), Santander Mexicano (5º)– pertenecen al Grupo.

Latin Finance

Premios a los mejores equipos de análisis 2002: una medalla de oro en el sector comercio regional, cinco medallas de oro en renta variable (Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela), una de plata (México) y otra de bronce (regional, sector alimentos).

Otros reconocimientos

Entre los reconocimientos por la actividad social del Banco destacan: finalista en el Premio Codespa a la Empresa Solidaria (Santander Central Hispano en España), mención especial a Universia.net del Premio Universidad y Empresa, el Premio a la Mejor Memoria en España (Actualidad Económica); Premio A Great Place to Work y al mejor Banco en Internet de America Latina en Chile; Mejor Empresa en Comunicación y Premio al Desarrollo Social por el Proyecto Ciudadanía en Brasil.

Las 15 razones que sustentan la relación con el cliente

- 1 El cliente ya no es uno. La diversidad exige un trato diferente en cada caso.
- 2 El cliente ya no es fiel: tiene elegir otras opciones.
- 3 El cliente se comunica por los canales que considera más convenientes.
- 4 El cliente tiene una amplia cultura financiera, y una opinión bien fundada.
- 5 El cliente busca asesoramiento.
- 6 El cliente no admite la intrusión.
- 7 El cliente no admite la arrogancia.
- 8 El cliente aprecia la honestidad en el trato.
- 9 El cliente busca la contabilidad en sus relaciones.
- 10 El cliente busca que le sorprendan positivamente.
- 11 El cliente quiere soluciones.
- 12 El cliente no quiere problemas.
- 13 El cliente quiere que lo traten como un rey.
- 14 El cliente es la razón de nuestra existencia como entidad.
- 15 El cliente siempre, siempre tiene la razón.

El valor del equipo y la fuerza del cliente

Información

En la relación que establece el cliente con su entidad financiera, la información es la base que sustenta la calidad de servicio.

En el Grupo Santander tenemos los procedimientos necesarios para que los clientes reciban en todo momento una información veraz y detallada sobre los productos y servicios, sobre sus condiciones y características, sobre las comisiones del Banco y sobre cualquier otra circunstancia que sirva para que el cliente realice, en condiciones óptimas, su elección.

Privacidad

La privacidad es un parámetro esencial en la actividad que desarrolla el Grupo Santander. Sin el cumplimiento de todos los requisitos derivados de su aplicación, la pérdida de confianza de nuestros clientes sería un hecho.

Nuestra entidad cuenta con normas internas que tienen como objetivo la aplicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal de las Personas Físicas. En ellas se determina, entre otros extremos, el procedimiento a seguir para la resolución de todas las cuestiones concernientes a la legislación vigente, así como los criterios para que la configuración de nuestros sistemas informáticos se adecue a las exigencias de las mismas.

Las normas establecidas por el Grupo se refieren a medidas de seguridad de los ficheros automatizados, a comunicaciones de la Agencia de Protección de Datos en España, a actuaciones de la propia Agencia en relación directa con nuestro Banco y a requerimientos y solicitudes efectuados por personas físicas.

Igualmente se identifican los departamentos del Banco con competencia en esta materia y se establece su coor-

dinación. En concreto, se especifica que la Unidad de Atención al Cliente recibe y tramita todas las solicitudes de acceso, rectificación o cancelación de datos personales en nuestros ficheros.

El número de clientes que se dirigieron a la Unidad de Atención al Cliente para solicitar formalmente su derecho de acceso, rectificación o anulación de datos personales se elevó a 78 en el año 2002.

La normativa interna del Banco comprende también un folleto de instrucciones para la resolución de incidencias sobre datos personales que afectan a materias diversas como normas de seguridad de los datos y deber de secreto, calidad de los datos y tratamientos por cuenta de terceros, entre otros.

La entidad dispone, como es preceptivo, del correspondiente Documento de Seguridad y Registro de Incidencias sobre Protección de Datos ajustado a la normativa aplicable.

En el resto de los países los procedimientos se ajustan a la misma filosofía, siempre en función de la normativa específica de cada uno.

En el ejercicio pasado se han iniciado seis expedientes sancionadores por la Agencia de Protección de Datos con objeto de dilucidar si por parte de nuestro Banco se ha incurrido en alguna infracción de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal. En Banesto se han incoado dos expedientes de la misma naturaleza.

Publicidad: adhesión a códigos voluntarios

En España, el Banco forma parte de la Asociación Española de Anunciantes y cumple los requisitos establecidos por el Estatuto de la Publicidad y el Reglamento de Autocontrol de la Publicidad. La publicidad de produc-

tos financieros se realiza, en todo caso, de acuerdo con la normativa de transparencia exigida por las autoridades regulatorias competentes (Banco de España y CNMV) así como con el Código Ético de Publicidad y Comercio Electrónico, impulsado por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial junto a la Interactive Advertising Bureau (IAB) España.

En Portugal, Grupo Totta cumple la declaración de principios comunes y normas de buenas prácticas del Instituto Civil de la Autodisciplina de la Publicidad y del European Advertising Standards.

En Brasil, Grupo Santander Banespa sigue las recomendaciones del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR), que trata la publicidad desde una dimensión ética y con la base del Código de Defensa del Consumidor. Se trata de un órgano que no tiene poder legal, pero que es respetado por todo el mercado y cuyas recomendaciones son seguidas. Además, Santander Banespa está afiliado a la Asociación Brasileña de Anunciantes (ABA), que también trata los asuntos éticos en esta actividad.

En Chile, el Banco dispone de un Manual Interno de Proceso Comercial de Gestión de Campañas por Segmentos que sigue las directrices generales difundidas en la metodología establecida para la certificación global ISO que tiene el Grupo. Además, está adherido voluntariamente al Código Chileno Ético de Publicidad.

En Puerto Rico, el Banco se rige por varios códigos estatales y federales, así como por las agencias reguladoras de las instituciones financieras y de atención al consumidor.

Evaluación de la calidad

Una de las principales líneas de actuación de los bancos del Grupo Santander es trabajar en la resolución de problemas específicos de sus clientes. Para ello se establecen acciones concretas para la mejora en la calidad del servicio y se miden los resultados obtenidos. Actualmente, los bancos del Grupo se centran en la mejora de aspectos

relacionados con las reclamaciones de clientes, los medios de pago y los créditos hipotecarios.

Para hacer efectivo este empeño, solicitamos periódicamente la opinión de nuestros clientes en todas las zonas donde opera el Grupo mediante encuestas y otros métodos de análisis que nos permiten conocer su grado de satisfacción y detectar los puntos débiles de nuestro servicio.

Encuestas de valoración del servicio

31-12-02

	España	Portugal
Total encuestas + seudocompras	72.720	29.746
Satisfacción Particulares (1 a 10)	7,96	8,03
Satisfacción Empresas (1 a 10)	7,01	7,03
% cumplimiento de estándares	79	71
	Brasil	México
Total encuestas + seudocompras	6.067	29.177
Satisfacción Particulares (1 a 10)	7,40	9,30
% cumplimiento de estándares	68	74
	Chile	Colombia
Total encuestas + seudocompras	30.890	1.400
% Satisfacción Particulares	72	82
% Satisfacción Empresas	59	n/a
	Puerto Rico	Venezuela
Total encuestas + seudocompras	1939	4.593
Satisfacción Particulares (1 a 10)	8,98	7,99
Satisfacción Empresas (1 a 10)	8,83	8,11
% cumplimiento de estándares	84	82

n/a: No aplicable

Atención al cliente y gestión de reclamaciones

Tenemos hacia nuestros clientes una serie de obligaciones ineludibles. Somos depositarios de su confianza y sabemos que algunas circunstancias coyunturales nos han llevado a cometer errores, pero nos sentimos responsables de su inmediata rectificación.

La satisfacción de los clientes es factor determinante en los resultados del Grupo y clave en la generación de beneficios estables a largo plazo, con lo que su consecución es objetivo básico de nuestra actividad.

Junto a este convencimiento interno, que guía la actividad comercial del Banco, se ha producido un intenso desarrollo de la normativa sobre protección al consumidor en el ámbito financiero. La Ley Financiera de noviembre de 2002 estableció normas de protección adicionales, reforzando con nuevas figuras e instrumentos los anteriores procedimientos de resolución de reclamaciones.

En la actualidad, Santander Central Hispano cuenta con dos mecanismos de atención a los clientes homologables a los exigidos por dicha normativa: el Defensor del Cliente y la Unidad de Atención al Cliente.

El Defensor del Cliente tiene como función esencial la tutela y protección de los derechos e intereses de los clientes del Banco. En España, el cargo, que debe recaer sobre una persona de notorio prestigio e independencia, es ocupado en la actualidad por don José Luis Gómez-Dégano, que desempeña las mismas funciones en defensa de los clientes de otras entidades financieras.

La figura del Defensor del Cliente debe estar dotada de absoluta independencia, por lo que no puede ser designada para el cargo persona vinculada a cualquiera de los bancos o entidades financieras para los que cumple esta labor. Sus resoluciones son vinculantes para los bancos, que dic-

ta una vez agotadas todas las soluciones propuestas para llegar a un acuerdo amistoso. El cliente, sin embargo, no está obligado a aceptar dichas resoluciones, con lo que podrá continuar con las acciones que considere oportunas.

Los principios de la Unidad de Atención al Cliente en la gestión de reclamaciones (recibidas de forma directa, a través de los organismos reguladores, el Defensor del Cliente u organizaciones de consumo) son los siguientes:

- Entender el compromiso del Grupo con sus clientes, lo que lleva a conocer, respetar y defender sus derechos como consumidores financieros.
- Utilizar como soporte básico de la resolución de reclamaciones los criterios de buenas prácticas emanados de los organismos reguladores.
- Valorar que una reclamación convenientemente gestionada puede invertir su inicial impacto negativo, convirtiéndose en oportunidad de negocio.

Al tratar las reclamaciones, no solo se persigue resolver el problema del cliente, sino convertir la información que las reclamaciones generan en instrumento de mejora permanente, identificando aspectos concretos en procesos, productos o servicios que no funcionaron adecuadamente.

En el análisis de las reclamaciones recibidas en la matriz durante el año pasado destaca el impacto de la suspensión de actividad de algunas academias de enseñanza no reglada, lo que ha producido un incremento notable del volumen de reclamaciones por titulares de créditos.

Debido a ello, se recibieron en total 18.064 reclamaciones frente a las 7.224 recibidas el año anterior (+150%). Si eliminamos las reclamaciones relacionadas con estas academias, el número total de reclamaciones se situaría en 10.277 con un incremento del 42% respecto al año anterior.



“ El Defensor del Cliente, que lo es también de otras catorce entidades financieras, gestiona los problemas denunciados por nuestros clientes ”



El número de reclamaciones ante los organismos reguladores (Banco de España y CNMV) ha sido de 499 y, ante el Defensor del Cliente, de 1.149, lo que supone una variación del -9% y del +28%, respectivamente.

Los motivos expuestos por los clientes en sus reclamaciones, sin contar las de las mencionadas academias, han sido:

Tipología

	2002
Operativa	48%
Precio	21%
Interacción/Trato	19%
Medios de pago	6%
Oficinas/Entorno	4%
Imagen/Publicidad	1%
Otros	1%

Debemos concluir que, aislando el problema concreto de las academias de enseñanzas no regladas, en la evolución de las reclamaciones de los clientes respecto al ejercicio anterior destaca el crecimiento experimentado en el apartado Interacción/Trato por asuntos relacionados con asesoramiento, rapidez en la atención, colas, adecuación de plantillas, etc. Dentro del apartado Oficinas/Entorno, destaca el crecimiento de las reclamaciones por cierres de oficinas y por reubicación de clientes empresas.

El 35% de las reclamaciones presentadas a la Unidad de Atención al Cliente durante el pasado ejercicio se ha resuelto a favor de los clientes. Este porcentaje se sitúa en el 29% si se consideran exclusivamente las reclamaciones presentadas ante los organismos reguladores.

José Luis Gómez-Dégano, Defensor del Cliente

José Luis Gómez-Dégano, Defensor del Cliente

“ El 59,8% de las reclamaciones se ha resuelto a favor del cliente ”

José Luis Gómez-Dégano es licenciado en Derecho por la Universidad Central Autónoma de Madrid y Abogado del Estado. Tras ser Director General de lo Contencioso del Estado de 1974 a 1985, ocupó la Dirección General del servicio Jurídico del Estado hasta noviembre de 1986. Además, Gómez-Dégano ha sido Consejero de Estado y miembro de la Comisión General de Codificación. Desde 1995 es Defensor del Cliente del Santander, y en la actualidad, lo es también de otras catorce entidades financieras.

¿Cuál es el proceso que se sigue para una reclamación?

El cliente debe dirigirse al Defensor cuando estime que sus derechos como tal han sido vulnerados. Tras admitir a trámite la reclamación, el Defensor debe escuchar a las dos partes, cliente y banco. En el caso de que no se alcance una solución amistosa, el Defensor requiere de ambos toda la información necesaria para establecer un juicio correcto y dictar su resolución.

¿Qué tiempo suele durar este trámite?

En principio, el plazo legal establecido para dictar una resolución por el Defensor del Cliente es de dos meses, si bien este plazo puede estar condicionado, lo que sucede en numerosas ocasiones, por el tiempo necesario para obtener del cliente y del banco los elementos de juicio precisos para solucionar la reclamación.

¿Cuáles son las reclamaciones más habituales que recibe?

Durante el año 2002, las reclamaciones más comunes fueron las relativas a operaciones activas, como préstamos hipotecarios o créditos personales, a las que siguieron las relacionadas con incidencias en operaciones pasivas, como cuentas corrientes o depósitos. Aunque tengo que destacar que el motivo más frecuente de las reclamaciones suele ser común: las discrepancias en el cobro de comisiones e intereses.

De las resoluciones adoptadas en 2002, ¿cuántas se resolvieron a favor de los clientes y cuántas a favor del Banco?

Sin contabilizar las reclamaciones no admitidas a trámite, la resolución final fue favorable a los clientes en el 59,8% de las ocasiones, con lo que el resto, el 40,2%, fueron favorables al Banco.

¿Qué consejos daría a una persona que quiera reclamar?

El principal consejo que puedo dar a un cliente que siente haber recibido un trato negligente, incorrecto o no ajustado a derecho es que intente agotar todas las vías legales establecidas dentro de la propia operativa de la entidad financiera, es decir, lo recomendable es que ante todo presente una reclamación formal en los servicios de Atención al Cliente de las entidades bancarias. En el caso de que continúe insatisfecho, puede dirigirse al Defensor. Para ello, en primer lugar lo conveniente es que se dirija ante la oficina del Defensor para solucionar el mayor número de dudas posibles para efectuar su reclamación; en segundo lugar, debe exponer su queja o reclamación adjuntando los documentos o datos de que disponga relacionados con la queja o incidencia de que se trate.



Oficina International Express, Madrid

En el año 2002 se contabilizan 139 reclamaciones de clientes de entidades del Grupo que se dirigen a la matriz. En concreto, de Argentina se contabilizaron 117 reclamaciones, de Brasil 5 , de Colombia 3, de Francia 2, de México 5, de Perú 5, de Portugal 1 y de Puerto Rico 1.

La metodología y los principios de actuación seguidos por el Banco en este terreno se están extendiendo y aplicando en las demás unidades del Grupo en España y en el resto del mundo.

Hay que destacar el fuerte impulso que desde la División América, con el apoyo de la Unidad de Atención al Cliente del Grupo, se está llevando a cabo en la extensión del Modelo de Atención al Cliente en todas las entidades del Grupo en Iberoamérica. Este Modelo, basado en las percepciones de los clientes y empleados y en los criterios de buenas prácticas de los respectivos organismos reguladores, responde al compromiso del Grupo Santander de ser el Banco de referencia para clientes, empleados y competidores en cada uno de los países donde estamos establecidos.

En cuanto a la gestión de reclamaciones, cada entidad tiene diferentes criterios, por lo que los siguientes datos contabilizados en año 2002 hay que interpretarlos en base a las normas y costumbres de cada país:

	Reclamaciones	Canales
Brasil	64.672	Escritos, teléfono, e-mail
Chile	13.624	Escritos, teléfono, e-mail
México	2.436	Solamente escritos
Portugal	6.335	Escritos, teléfono, e-mail
Puerto Rico	29.939	Escritos, teléfono, e-mail

Mención especial merece el caso de Argentina, donde se ha vivido en el último año una situación muy difícil a cau-

sa de la pesificación y reprogramación de los depósitos, de acuerdo con la reglamentación establecida por el Banco Central de la República de Argentina.

Los mejores productos para cada uno

Nuestra condición de Grupo multilocal nos permite trabajar con un modelo de gestión único adaptado a las necesidades concretas de cada cliente; un modelo que cuenta con una potente red de distribución y que se esfuerza cada día en conocerlos mejor para responder más adecuadamente a sus expectativas y en innovar y adaptar los productos a las necesidades de cada momento.

El lanzamiento de cada nuevo producto o servicio es un reto para el Banco y una oportunidad para renovar la confianza de nuestros clientes. Por eso, cada lanzamiento requiere de un completo procedimiento de análisis y estudio en el que participan un buen número de Divisiones, así como expertos independientes, que evalúan los riesgos y la oportunidad.

El objetivo es que en este proceso se combinen tres elementos: adecuación a las necesidades del cliente, rapidez en la puesta en mercado del nuevo producto y eficiencia desde el punto de vista de nuestra cuenta de resultados.

International Express: una oficina muy especial

Santander Central Hispano creó en diciembre de 2001, dentro de su política de innovación de productos y servicios, una oficina dedicada con exclusividad a sus clientes de procedencia foránea que viven en España, la *International Express*, en Madrid.

Partimos de la base de que la población inmigrante en España, cada vez mayor, cuenta con un perfil y unas necesidades específicas que requieren de servicios financieros diferenciados. El 84% de los nuevos extranjeros residentes en Madrid es de procedencia iberoamericana, con lo que más de 195.000 personas podrían contar con la experiencia del Grupo derivada de su presencia en aquel continente.

El proyecto nació tras la realización de diversos estudios con distintas asociaciones y organizaciones sociales, oficinas consulares y reuniones de trabajo con miembros

de distintas nacionalidades. En todas ellas, los interesados nos hicieron llegar la necesidad de contar con una entidad financiera que diera un servicio integral de productos bancarios específicos, con el fin de familiarizar a los clientes de origen inmigrante con el sistema bancario, cuyo uso no está tan extendido en sus países de procedencia.

Esta iniciativa integradora, la única oficina existente con esta especialización en el sistema bancario español, ha sido reconocida por distintas instituciones nacionales e internacionales por su importante labor y resultados.

El número de clientes de la oficina ha superado con creces las expectativas marcadas y el grado de satisfacción con los servicios y atención recibidos, de acuerdo con las encuestas realizadas, es sobresaliente. Durante 2002, de los 3.207 clientes de la oficina, el 57% procedía de diversos países de Iberoamérica.



Cada vez que se aprueba un nuevo producto o servicio se actualizan los manuales de políticas y procedimientos relacionados con la incorporación del mismo y se designa una persona para realizar un seguimiento pormenorizado de su funcionamiento y resultados.

Este procedimiento es una de nuestras fortalezas: Santander cuenta con los mejores productos en cada uno de los mercados en los que opera, tanto en lo que se refiere a productos de gran penetración en el mercado, como a productos sociales, dirigidos a colectivos o segmentos de población con necesidades específicas.

En el ejercicio 2002 se comercializaron nuevos productos en todos los países, entre los que destacamos los siguientes:

- Depósito Supersatisfacción, en España, el primer depósito lanzado en este mercado que ofrece una triple rentabilidad.
- Crédito Vivienda Factor 22, en Portugal, un producto innovador en el segmento hipotecario que aporta veintidós ventajas de valor añadido sobre los créditos hipotecarios tradicionales.
- Campaña Super Fantasía, en Chile, una promoción consistente en acumular opciones por las compras pagadas con tarjetas de crédito para participar en un sorteo con la posibilidad de ganar desde un barco a una casa.
- Tarjeta Santander Serfin Light, en México, un producto que carga la tasa de interés más baja del mercado y el primero en aquel país que ofrece la transferencia de saldos de otras tarjetas comerciales o bancarias.
- Mujeres con Visión, en Puerto Rico, un programa de inversiones orientado a satisfacer las necesidades financieras de mujeres con inquietudes e iniciativas profesionales y empresariales.

Junto a estos productos y servicios, el Grupo Santander ha diseñado otros de alto contenido social, orientados a los colectivos más desfavorecidos o a financiar proyectos socialmente deseables.

- Oficina *International Express*, pensada para residentes extranjeros en España con bajo nivel de renta.
- Convenio con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) en España para implementar una línea de microcréditos a parados mayores de 45 años, hogares monoparentales, mujeres, inmigrantes y discapacitados. En este marco, el Banco ha firmado 15 acuerdos con instituciones de asistencia social, confirmando que somos el banco comercial más activo en este tipo de proyectos.
- El Fondo Santander Central Hispano Solidaridad FIM, en España, es un fondo ético y solidario que destina el 40% de la comisión de gestión a las organizaciones que determine cada partícipe de entre 22 organizaciones.
- Banefe, en Chile, participa en el Programa de Financiación a través de Instituciones Financieras para apoyar al sector de microempresas, clave en la economía del país, desarrollando acciones concretas para la superación de la pobreza, promoviendo un cambio de comportamiento

entre los microempresarios y otorgando asesoría integral de negocios de forma individual. Este programa atiende en la actualidad a más de 90.000 microempresarios.

- En Brasil, el programa de fidelización Super Bonus de Banespa ofrece a los clientes la posibilidad de donar 10 reales (3 euros) por cada 1.000 bonos acumulados por la utilización de las tarjetas de crédito SuperTarjeta Visa y MasterCard Santander. Las instituciones a las que se destina la aportación son Doctores de la Alegría, Alfabetización Solidaria, Compañeros Voluntarios y CERIS.
- Banco Santander Puerto Rico participa en el programa First Home Club, auspiciado por Federal Home Loan Bank of New York, que aporta financiación hipotecaria a las familias con menores recursos. Federal Home Loan Bank of New York se compromete a prestar tres dólares por cada dólar ahorrado por el cliente hasta un máximo de 5.000 dólares, a devolver en un plazo de 10 a 30 meses.
- En España, Portugal e iberoamérica, el Banco ha lanzado la Tarjeta Universitaria Inteligente, que además de contar con las características tradicionales de las tarjetas de crédito, permite el acceso a la biblioteca, registrar la asistencia a clase y pagar las cuotas de la universidad.

Principios Éticos Grupo Santander

Nuestro Grupo, en su actuación profesional, se inspira en unos principios éticos que deben regir la conducta de todos los empleados.

- Cumplir tanto la normativa general (leyes, reglamentos, circulares de los organismos supervisores) como la propia normativa interna.
- Dedicar todo el esfuerzo y capacidad necesarios al desempeño de la actividad.

- Evitar los conflictos de interés que puedan surgir entre los intereses profesionales y los intereses particulares.
- Asumir los nueve principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, orientados al apoyo a los derechos humanos, al respeto a las normas laborales y a la preservación del medio ambiente.
- Fomentar una cultura corporativa en la que se valore de manera especial el comportamiento ético y socialmente responsable.

“ La transparencia y la creación de valor son principios clave de la actividad del Banco ”

“ Contamos con los mejores y más diversificados cauces de información para nuestros accionistas ”

“ Las prácticas de Buen Gobierno sitúan al Grupo Santander a la cabeza del sector financiero ”

Transparencia y creación de valor

Uno de los principios clave en los que se inspiran las políticas del Grupo Santander es la transparencia informativa en todas las relaciones que mantenemos con nuestros accionistas, inversores, clientes y empleados.

Transparencia y creación de valor a largo plazo para el accionista son dos conceptos íntimamente relacionados.

La transparencia, en cuanto difusión equitativa de la información relevante y veraz que afecta a una compañía, aporta confianza y seguridad al mercado. Esta confianza es la que a largo plazo influye decisivamente en la creación de valor para el accionista. De ahí la importancia no sólo de generarla, sino también de mantenerla.

Nuestro compromiso con la transparencia no sólo se orienta hacia la información estrictamente financiera sino que además hace especial hincapié en la información en materia de Gobierno Corporativo.

Santander Central Hispano destaca por la calidad de la información financiera que transmite a los mercados. Es una información correcta, completa, rigurosa y que llega al mercado no sólo en tiempo útil, sino incluso anticipándose a su demanda.

En el año 2002, hemos hecho un especial esfuerzo en mejorar y ampliar el contenido de nuestro Informe Anual, tanto en lo que a información económico financiera se refiere como, especialmente, en materia de Gobierno Corporativo. También el Informe trimestral de resultados, que publicamos en castellano, inglés, por-

tugués y portugués de Brasil, ha sido objeto de importantes mejoras y ampliaciones de contenido.

Además, con el objetivo de ampliar el ámbito de receptores, se ha elaborado un resumen trimestral de la evolución y los resultados.

Un reconocimiento a este esfuerzo es el hecho de que el Departamento de Relaciones con los Inversores y Analistas haya sido calificado por Reuters como el tercero mejor del mundo en el sector bancario. En la misma línea se deben interpretar los resultados de una investigación realizada por el Banco, según la cual el 80% de nuestros accionistas considera que la información recibida es suficiente y de buena calidad.

Santander Central Hispano es consciente de que cada vez resulta de mayor importancia asegurar la máxima calidad de la información que se proporciona en materia de Gobierno Corporativo. Por ello, hemos puesto un especial empeño en lograr la máxima transparencia en este ámbito. De este modo nos hemos situado, sin duda, entre las compañías líderes en esta materia.

Prueba de ello es el resultado del estudio realizado por la consultora independiente Multimedia Capital relativo al impacto que sobre la opinión pública tuvieron las medidas de transparencia incluidas en el Informe Anual 2002.

Según este estudio, Santander Central Hispano ha logrado consolidar en el tiempo el valor de la transparencia, haciendo del mismo un activo principal del Grupo con influencia positiva en otros valores corporativos, como son la confianza, la marca, el liderazgo o la gestión.

El mejor reflejo de nuestro compromiso con la transparencia es la información que el Banco transmite a los mercados. Esta información es especialmente amplia en aspectos que consideramos clave:

- Sistemas de control de riesgos. La gestión del riesgo es uno de los ejes fundamentales de nuestra actuación para generar valor de forma sostenible en el tiempo. En este sentido, consideramos de especial relevancia dar a conocer cuáles son los mecanismos de control establecidos para la evaluación y reducción de nuestros principales riesgos.

Ello explica la importancia que en nuestro Informe Anual 2002 se concede a esta materia, y a esa información nos remitimos.

- Estructura de propiedad de la sociedad. Queremos ofrecer una imagen fiel de la estructura de nuestro capital. Es importante que los mercados conozcan la distribución de la propiedad del capital.
- Consejo de Administración. No sólo informamos sobre su composición y funcionamiento, sino que además proporcionamos una información detallada en relación con cada uno de sus miembros: su formación, su trayectoria, sus cargos en otras sociedades, su remuneración y su participación en el capital.

Santander Central Hispano, de hecho, se encuentra entre las primeras entidades españolas que informan de manera individualizada de las retribuciones que reciben cada uno de los consejeros por cada concepto retributivo, lo que se convierte en un ejercicio de máxima transparencia que nos coloca en cabeza de las mejores prácticas internacionales.



“ La Comisión recomienda que se adopten todas aquellas medidas que puedan facilitar la participación de los accionistas en las Juntas Generales, garantizando que la expresión de su voto respete el sentido de su voluntad ”

Informe de la Comisión Aldama

- Deberes de los administradores. Nuestro objetivo es dar a conocer de una manera clara cuál es el régimen de responsabilidad de nuestros administradores, cuáles son sus principales obligaciones y a qué normas de conducta están sujetos a fin de evitar posibles conflictos de interés.
- Junta General de Accionistas. Consideramos fundamental el fomento de la participación en la Junta General de Accionistas, ya que es el órgano a través del cual el accionista interviene en la toma de decisiones de la sociedad.

Este es, de hecho, el principal fin que persigue el nuevo Reglamento de la Junta General de Accionistas.

En este sentido, se han recogido en él algunas medidas tales como la publicación en nuestra web corporativa de la convocatoria de la Junta, de las propuestas de acuerdos formuladas por el Consejo para su aprobación o de la tarjeta de asistencia y de delegación.

Con este mismo objetivo, el Presidente, con fecha 12 de mayo de 2003, envió una carta a los accionistas invitándoles a proponer sugerencias o formular cuestiones para ser tratadas con ocasión de la próxima Junta General de Accionistas.





Emilio Botín
Presidente

Santander, 12 de mayo de 2003

A handwritten signature in blue ink that reads "Querido Accionista".

La Junta General de nuestro Banco se celebrará en Santander, previsiblemente y como es habitual, en segunda convocatoria el próximo día 21 de junio. Le acompañó el orden del día. Además y en línea con nuestro objetivo de máxima transparencia, en la página web www.gruposantander.com se encuentra a su disposición el texto del Reglamento de la Junta y de los acuerdos que se someterán a su aprobación.

Quiero, asimismo, invitarle a que nos proponga sugerencias o a formular cuestiones que, en el mejor interés de nuestro Banco, le gustaría que fueran tratadas con ocasión de la próxima Junta. Puede dirigirse para ello a mi atención, bien por carta: calle Sevilla nº 3, 28014 Madrid, o a través de correo electrónico: accionistas@gruposantander.com. El Banco, a través del Área de Accionistas, o yo mismo personalmente en la misma Junta, haremos todo lo posible por atender estas cuestiones.

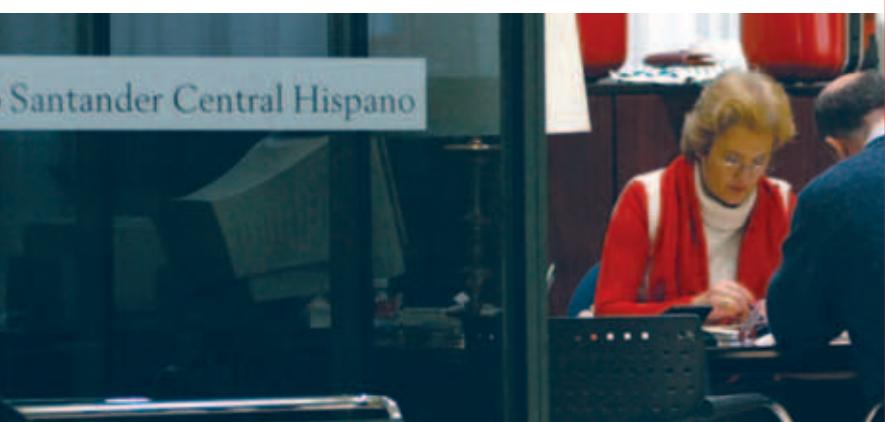
Estoy seguro que con esta iniciativa, que es independiente de los derechos de información y propuesta que legal y estatutariamente le correspondan, usted podrá participar más directamente en el desarrollo de la Junta y en la marcha de nuestro Banco.

Agradeciéndole su confianza, le saluda atentamente,

A handwritten signature in blue ink that appears to be the signature of Emilio Botín.



“ Nuestro objetivo es convertir la página web corporativa en la mejor vía de comunicación con los accionistas y con los mercados ”



Dos áreas de actuación especializada

Área de Accionistas

Desde este área, adscrita a la Secretaría General, se facilita el contacto directo con los accionistas particulares con el objeto de que las relaciones con los mismos sean cada vez más transparentes y fluidas. Para ello se ponen a disposición de los accionistas distintas vías de contacto:

- Atención personal. Se ofrece una atención personalizada, previa petición de cita, a todos aquellos accionistas que así lo soliciten.
- Atención telefónica. La Línea de Atención a Accionistas es un servicio telefónico exclusivo para accionistas, desde el que pueden realizar cualquier consulta relativa a la acción Santander Central Hispano y a las ventajas de las que disfrutan en su condición de accionistas.
- Atención escrita. Se trata de un buzón de contacto para atender cualquier consulta o sugerencia que deseen realizar nuestros accionistas. Los accionistas registrados en este buzón reciben, simultáneamente a su publicación, las noticias y hechos relevantes difundidos por el Grupo.

Durante el año 2002 se atendieron un total de 37.063 consultas de accionistas. Según el canal utilizado, se distribuyen de la siguiente forma: telefónicas (79%), escritas (10%) y correo electrónico (11%).

Además, se han efectuado 931 presentaciones de resultados a accionistas particulares por todo el territorio español y se han elaborado más de 360 informes con distintas periodicidades.

Área de Relaciones con Inversores y Analistas

El área de Relaciones con Inversores Institucionales y Analistas está integrado en la División Financiera del Banco y su objetivo es informar sobre el Grupo Santander a los principales agentes financieros del mercado (analistas, inversores institucionales, agencias de *rating* y analistas de riesgo) a quienes se transmite puntualmente información financiera y de carácter estratégico del Grupo.

Otra de sus funciones es mantener informada a la alta dirección del Banco de las opiniones de los agentes del mercado sobre el Grupo Santander.

Durante 2002 se han realizado 23 presentaciones públicas, 80 presentaciones a grupos y 350 presentaciones individuales. Además se ha respondido a 4.306 consultas sobre temas específicos y realizado 76 envíos de información financiera.

Un canal de atención permanente

Web Corporativa

Nuestro objetivo es convertir la página web corporativa (www.gruposantander.com) en la mejor vía de comunicación con los accionistas y con los mercados.

Proporciona, en español, inglés, portugués y portugués de Brasil, una amplia información corporativa (descripción del Grupo, principales cifras, áreas de negocio, principales noticias, detalle de oficinas en cada uno de los países en los que estamos presentes, entre otros) así como información sobre la política social y medioambiental del Grupo.

Merece especial atención la sección que nuestra web destina a nuestros accionistas. En ella no sólo se facilita el acceso a los informes anuales 2000, 2001 y 2002 y trimestrales (2001 y 2002), a boletines informativos y a los hechos relevantes comunicados por el Banco a la CNMV, sino que, además, se informa, entre otros aspectos, de la evolución de la cotización de la acción, del calendario de dividendos, de las operaciones de capital y de la distribución del mismo, tanto geográfica como por tramos y por tipología del inversor.

En esta misma sección se recoge un apartado en materia de Gobierno Corporativo donde puede encontrarse el texto íntegro de los Estatutos Sociales y del Reglamento del Consejo de Administración.

Figura igualmente la composición del Consejo de Administración, indicándose en relación con cada uno de sus miembros, su carácter en el Consejo (externo o ejecutivo), sus principales datos personales y profesionales, su fecha de incorporación al Consejo y su participación en el capital. Se informa también de la composición y funciones de todas y cada una de las Comisiones. Incluso, se facilita la comunicación de los accionistas con el Consejo de Administración mediante el Buzón del Consejo que permite dirigirse a cualquiera de los consejeros a través de la Secretaría General.

La sección dirigida a los inversores y analistas recoge los folletos trimestrales de resultados, las presentaciones a analistas, la cotización de la acción, los comunicados a la CNMV, las notas de prensa más relevantes del Grupo y las calificaciones de las principales agencias de *rating*, y enlaza con los analistas de renta variable que publican informes sobre el Grupo Santander, así como con otras webs de interés en los distintos países en los que estamos presentes.

Estructura de Gobierno Corporativo

Nuestra estructura de Gobierno Corporativo está orientada a la consecución del máximo valor para los accionistas. A este objetivo se orienta la composición y funcionamiento del Consejo de Administración, el fortalecimiento del régimen de responsabilidades de los administradores establecido en el Reglamento del Consejo de Administración, la total supresión de las medidas estatutarias de blindaje y la potenciación del papel de la Junta General de Accionistas.

Los principales documentos en los que se apoya nuestro sistema de Gobierno Corporativo incorporan y desarrollan las recomendaciones del Informe Olivencia y del más reciente Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas (Informe Aldama). Incluso, en lo que se refiere a algunos aspectos concretos como el relativo a retribuciones del Consejo de Administración, el Grupo Santander se sitúa por delante de dichas recomendaciones.

El Grupo, adelantándose a muchas de las grandes entidades españolas, elaboró durante el año 2002 un Reglamento del Consejo de Administración, ya aprobado y en vigor, y un Reglamento de la Junta General de Accionistas que será sometido a aprobación de la Junta convocada para los próximos 20 y 21 de junio de 2003, en primera y segunda convocatoria respectivamente, en el que se recoge el marco jurídico en el que se desarrolla dicha Junta.

Existe también un Código de Conducta en los Mercados de Valores que viene a establecer las pautas de conducta que deben seguirse en las actividades relacionadas con los mercados de valores a fin de prevenir posibles conflictos de interés y de evitar la utilización o transmisión indebida de información privilegiada. Por otro lado, el Código de Conducta del Personal Directivo del Grupo establece los principios básicos que deben regir la

actuación de nuestros directivos y recoge una serie de obligaciones que deben ser asumidas por los mismos.

Todo ello nos sitúa en línea, no sólo con lo que establecen los estándares nacionales, sino también con las mejores prácticas en el ámbito europeo.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración desarrolla un papel primordial en el control y la supervisión de la gestión del Grupo.

Su máximo objetivo es la salvaguarda de los intereses de los accionistas y a la consecución del mismo se encuentran comprometidos todos y cada uno de los consejeros que lo integran. Ésta es, de hecho, la base en la que se sustenta la necesaria unidad que debe predicarse de este órgano de administración.

Nuestro Consejo está compuesto por veintiún miembros, tamaño que consideramos adecuado y razonable en función de la dimensión del Grupo.

Composición del Consejo de Administración

31-12-02

Número de consejeros	21
Consejeros externos	16
Consejeros externos dominicales	5
Consejeros externos independientes	8
Otros consejeros externos	3
Consejeros ejecutivos	5

En línea con lo que establece el Informe Aldama, entendemos por consejeros ejecutivos aquellos que desarrollan funciones ejecutivas o directivas en el Grupo distintas de las de decisión y supervisión colegiada que son propias de su condición de mero consejero.

Son externos independientes aquellos consejeros que, no siendo ejecutivos ni dominicales, reúnen determinadas condiciones que vienen detalladas en el Reglamento del Consejo: que no sean ni representen a accionistas capaces de influir en el control de la sociedad, que no hayan desempeñado en los tres últimos años cargos ejecutivos en la misma, que no se hallen vinculados por razones familiares o profesionales con consejeros ejecutivos o que no tengan o hayan tenido relaciones con la Sociedad o el Grupo que puedan mermar su independencia.

Por último, son dominicales los consejeros externos en los que concurre, además, el hecho de tener una participación relevante, a juicio del Consejo, en el capital del Banco.

En nuestro Informe Anual 2002 proporcionamos información detallada de cada uno de los consejeros: su edad, su fecha de incorporación al Consejo y los principales datos de su currículo, información a la que nos remitimos.

En lo que se refiere a la composición del Consejo de Administración, debe hacerse especial hincapié en el interés del Banco en contar, entre los miembros del Consejo de Administración, con profesionales de distintas edades, de distintos perfiles académicos y con variados orígenes y trayectorias profesionales entre ellos, ya que, en definitiva, todo ello proporciona la necesaria riqueza de conocimiento e intercambio de opiniones que debe existir en cualquier órgano decisorio.

Es especialmente destacable, además, la composición internacional del Consejo de Administración, que cuenta entre sus miembros con Sir George Mathewson, Presidente de Royal Bank of Scotland, don Antonio de Sommer Champalimaud, propietario del Grupo Mundial Confiança, y Assicurazioni Generali S.p.A, representada por su Presidente, don Antoine Bernheim.

En el Informe Anual 2002 quedan igualmente reflejadas las participaciones de los consejeros en el capital social del Banco a 31 de diciembre de 2002, así como sus retribuciones. En total, la participación del Consejo de Administración en el capital social se situó a 31 de diciembre de 2002 en el 9,47%.

En relación con este último aspecto, ya desde el Informe Olivencia, que recomendaba que se hicieran públicas las remuneraciones individualizadas de cada consejero, se considera que la información que una sociedad proporciona a este respecto es un claro indicador de la calidad de Gobierno Corporativo.

En esta línea, el Grupo Santander, en su Informe Anual 2002, recoge la remuneración que recibe cada uno de los consejeros individualmente y lo hace de manera desglosada por conceptos. Con ello nos situamos más allá de las propias recomendaciones del Informe Aldama.

En nuestro Informe Anual 2002 se recogen también las retribuciones a los miembros del Consejo de Administración derivadas de la representación del Banco en los Consejos de otras compañías cotizadas en las que participa el Banco y se detallan el importe de las obligaciones contraídas por el Banco en materia de pensiones y otros seguros con los consejeros ejecutivos, las opciones sobre acciones del Banco concedidas a consejeros así como los riesgos directos del Grupo (créditos y avales) con los mismos.

Este alto nivel de información significa un gran paso adelante en transparencia y sitúa al Grupo Santander a la cabeza de las mejores prácticas internacionales.



**SIN TU APOYO,
NO HABRÍAMOS
LLEGADO
TAN ALTO.**

**SANTANDER CENTRAL HISPANO
6º BANCO MUNDIAL Y 1º
EMPRESA ESPAÑOLA MÁS
ADMIRADA POR LA REVISTA
"FORTUNE" (marzo 2003).**

**SANTANDER CENTRAL HISPANO
PRIMER BANCO EUROPEO
Y 15º BANCO MUNDIAL
EN EFICIENCIA CRÉDITICA POR
LA REVISTA "THE BANKER"
(febrero 2003)**

**SANTANDER CENTRAL HISPANO
BANCO ESPAÑOL QUE MEJOR
INFORMA A INVERSORES
Y ANALISTAS SEGÚN EL
INSTITUTIONAL INVESTOR
RESEARCH GROUP (marzo 2003).**

Porque el verdadero mérito es de nuestros clientes, empleados y accionistas. Conseguir un reconocimiento internacional tan importante nos da fuerzas para seguir mejorando y superándonos día a día. Para que tú ganes. Gracias por darme tu confianza.

**Santander
Central Hispano**
El valor de la confianza

Comisiones del Consejo de Administración

Para que el Consejo de Administración pueda desarrollar de manera eficaz sus funciones existen en su seno una serie de comisiones que permiten una mayor especialización en los distintos ámbitos de actuación del Grupo.

Así, por un lado, existen dos comisiones con facultades delegadas: la Comisión Ejecutiva, con facultades decisorias generales, y la Comisión Delegada de Riesgos, con facultades específicas en este ámbito. Por otro lado, existen las denominadas comisiones informativas, sin facultades decisorias, sino con un papel fundamentalmente asesor: la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la Comisión Internacional y la Comisión de Tecnología, Productividad y Calidad.

La composición, funciones y número de reuniones de cada una de estas Comisiones quedan recogidos en el Informe Anual 2002.

La responsabilidad de los administradores

La actuación de los consejeros está orientada a maximizar el valor de la empresa en beneficio de los accionistas, desempeñando el cargo con diligencia y lealtad y respetando, no sólo las exigencias legales, sino también los principios y valores éticos de general aceptación.

Nuestro Reglamento del Consejo de Administración recoge las principales obligaciones derivadas de dichos deberes generales de lealtad y diligencia, como son, entre otras: obligación de confidencialidad, obligación de no competencia, obligación de abstenerse en los asuntos en los que exista un conflicto de interés, así como de informar de la existencia del mismo, obligación de no hacer

uso de los activos sociales para obtener ventajas patri-moniales, y obligación de no aprovechar en beneficio propio las oportunidades de negocio de la sociedad.

Eliminación de medidas de blindaje

Santander Central Hispano apuesta por el tratamiento equitativo de todos los accionistas, cuya piedra angular reside básicamente en el principio “una acción-un voto”. Con este objetivo, en la Junta General Ordinaria de Accionistas de 2003 se eliminará el límite del 10% del capital presente y representado en la Junta en cuanto al número máximo de votos a emitir por un accionista.

En esta misma línea, serán suprimidas otras medidas estatutarias de blindaje.

Una de ellas es la exigencia del requisito de ser titular de, al menos, cien acciones del Banco, con una antelación mínima de tres años, para ser elegible para el cargo de consejero. Otra medida a suprimir es el requerimiento del 70% de los votos para la adopción de determinados acuerdos por la Junta.

Igualmente, se suprime la exigencia del voto favorable de las dos terceras partes de los miembros del Consejo de Administración para ser nombrado Vicepresidente, así como la exigencia de haber formado parte del mismo durante, al menos, los cinco años inmediatamente anteriores para poder ser designado Presidente.

Con la eliminación de todas estas medidas, Santander Central Hispano pretende garantizar la igualdad de trato de todos los accionistas y maximizar las posibilidades de creación de valor. Nos situamos así en línea con las mejores prácticas internacionales y por delante de las adoptadas por las demás grandes empresas españolas.

La Junta General de Accionistas

Uno de nuestros objetivos es la potenciación del papel de la Junta General de Accionistas, ya que se trata del órgano social soberano a través del que el accionista participa en la toma de decisiones del Banco.

En el marco de dicho objetivo, el Reglamento de la Junta General de Accionistas, el texto de cuya propuesta queda íntegramente recogido en el Informe Anual 2002, y al que nos remitimos, recoge una serie de medidas encaminadas a potenciar y facilitar la intervención de los accionistas en el desarrollo de las Juntas. El Reglamento regula la convocatoria y preparación de la Junta, la celebración y su desarrollo, y el procedimiento de votación, adopción y publicidad de los acuerdos.

Entre otros aspectos, merece destacar el papel que el Reglamento otorga a la página web del Banco, convirtiéndola en una importante vía de comunicación con los accionistas.

De este modo, no sólo el anuncio de la convocatoria es accesible a través de la página web del Banco, sino que, desde la fecha de publicación de la convocatoria, el Banco publica en ella el texto de todas las propuestas de acuerdos formuladas por el Consejo de Administración en relación con los puntos del Orden del Día (salvo que, tratándose de propuestas para las que la ley o los Estatutos no exijan su puesta a disposición de los accionistas desde la fecha de la convocatoria, el Consejo considere que existan motivos justificados para no hacerlo). Asimismo se publica en la web toda aquella información que facilite la asistencia y la participación de los accionistas (tarjeta de asistencia y delegación). El texto de los acuerdos será igualmente accesible en la página web.

“ Somos 104.000 personas con una gran pluralidad nacional y cultural, que el Grupo respeta y potencia ”

“ Contamos con unos principios éticos y de conducta en línea con las mejores prácticas internacionales ”

“ Fomentamos la formación, la igualdad de oportunidades y la mejora de las condiciones de trabajo ”

Gestión de Recursos Humanos en un grupo multilocal

En nuestro Grupo trabajan más de cien mil empleados. Algo más del 80% de la plantilla se concentra en cinco países: España –35%–, Brasil –20%–, México –11%–, Chile –9%– y Portugal –7%–.

Del total de la plantilla, aproximadamente el 60% son hombres y el 40% mujeres. La edad media es 38,7 años y el promedio de antigüedad en el Grupo de 13,2 años. Cerca del 40% de los empleados tienen titulación universitaria.

Una característica destacada de nuestra política de recursos humanos es que, a diferencia de otras empresas multinacionales, la mayoría de las personas trabaja en su país de origen, porque en el Grupo Santander entendemos que la mejor manera de atender los intereses locales es hacerlo desde una perspectiva local.

Y esto es así hasta tal extremo que sólo 80 españoles trabajan en bancos del Grupo situados fuera de España, y ocupando muy diversos niveles de responsabilidad. Lo anterior es una buena muestra de que nuestra política de recursos humanos tiene como base el respeto a la diversidad y a las culturas autóctonas.

Datos básicos

31-12-02

Nº de empleados	104.178
Edad media de la plantilla	38,75
Promedio de años de antigüedad	13,18
% diversidad hombres/mujeres	59,3/40,7
% de plantilla con retribución variable	73,88
% de plantilla con titulación universitaria	39,91
Inversión en proyectos de conciliación vida personal/profesional (euros)	1.612.021

Distribución por entidades

31-12-02

BANCOS/SOCIEDADES	Número empleados	% mujeres	% hombres	% titulación universitaria
Santander Central Hispano, España	22.914	29,14	70,86	36,74
Banesto, España	9.133	26,00	74,00	50,00
Grupo Totta, Portugal	6.333	38,21	61,79	24,36
Grupo Santander Banespa, Brasil	21.077	49,20	50,80	58,00
Grupo Santander Chile	9.562	43,00	57,00	44,00
Santander Serfin, México	11.543	46,00	54,00	(*)
Banco Santander Colombia	2.056	46,32	53,67	55,00
Banco Santander Puerto Rico	1.587	64,27	35,72	51,00
Banco de Venezuela	5.210	43,00	57,00	31,00
Banco Río, Argentina	4.283	33,27	66,73	36,00
Otras entidades	10.460	52,97	47,02	31,30
Total	104.178	40,73	59,27	39,91

(*) El expediente laboral en México no incluye información académica

Las normas fundamentales nacionales que determinan la protección de los derechos humanos aplicables al ámbito laboral –no discriminación, libertad de asociación y negociación colectiva, rechazo al trabajo de los menores, así como el trabajo forzoso u obligatorio y la protección para las minorías étnicas– se cumplen en todos los bancos del Grupo. No existen reclamaciones contra el Grupo por el incumplimiento de los derechos fundamentales detallados.

El Grupo Santander fomenta la estabilidad de sus empleados a través de contratos fijos, con una rotación media que en 2002 ha sido inferior al 10%, con la excepción de Argentina, cuya difícil situación ha afectado de manera general al empleo.

La confidencialidad y el cuidado en el tratamiento de las quejas de los empleados está asegurada por los departamentos de Recursos Humanos.

Plan Estratégico Global de Recursos Humanos

La mejor forma de garantizar la creación de valor a largo plazo es la articulación de una política de recursos humanos que conjugue armónicamente los intereses de la plantilla y los del negocio, mediante programas y procedimientos que

tengan en cuenta las necesidades y expectativas de los empleados, las propias del negocio y las derivadas de la Responsabilidad Social Corporativa que nos vincula a todos.

Sobre estos planteamientos, el Grupo está desarrollando un Plan Estratégico Global de Recursos Humanos que tiene como meta fundamental alinear los objetivos de las personas con la estrategia del negocio. El Plan se concreta en los siguientes ejes de actuación: Políticas de Recursos Humanos, Gestión de Alto Rendimiento, Liderazgo y Talento, Gestión del Compromiso y Estructura y Costes.

Para que el Plan sea plenamente operativo se ha definido un marco de actuación común aplicable a todos los empleados en todos los países donde el Grupo está presente, basado en las denominadas Competencias Clave que se quieren potenciar, desarrollar y medir: liderazgo, coherencia, integridad, transparencia, trabajo en equipo, anticipación, orientación al cliente, compromiso y alto rendimiento.

Nuestro objetivo es que las personas, a través de sus comportamientos, ligados a las competencias clave descritas, constituyan uno de los vértices sobre los que gire la creación de valor en el Grupo, de forma sostenible.



“ La Ciudad Grupo Santander contará con la mayor y más moderna guardería de empresa, para 400 niños menores de 3 años ”



Selección y desarrollo profesional

Los criterios de selección han puesto especial énfasis en buscar profesionales comprometidos con la visión del Grupo, orientados al cliente y al logro de resultados, capaces de trabajar en equipo y familiarizados con los conceptos derivados de la Responsabilidad Social Corporativa.

Bajo estas premisas, y dentro del programa de identificación y desarrollo de profesionales de alto potencial, se ha llevado a cabo durante 2002 el Programa de Jóvenes con Potencial Directivo en América y la tercera edición del Proyecto Apolo, en España.

El primero de estos programas tiene por objeto la captación y preparación de jóvenes iberoamericanos susceptibles de ser incorporados al Grupo en puestos directivos. Desde 1999 han participado en él 140 personas, de las que sólo se han desvinculado 19 de ellas. Su eficacia y su continuidad son garantía de futuro, no sólo para los propios jóvenes sino también para el Grupo, que verá fortalecida su estructura directiva con nuevos profesionales, cuyas características incorporan buena dosis de futuro, cualificación y multiculturalidad.

El Plan de Desarrollo para Jóvenes de Alto Potencial de la División de Banca Comercial del Banco, conocido como Proyecto Apolo, persigue, por su parte, fortalecer los cauces para que los empleados que cuentan con determinadas características personales, conocimientos y habilidades, sean candidatos a ocupar puestos directivos. Iniciado también en 1999, el Proyecto Apolo ha contado con la participación de 155 profesionales, de los que el 85% han accedido ya a puestos de mayor responsabilidad.

Política retributiva

Las políticas retributivas de compensación y reconocimiento se dirigen a vincular y hacer consistente la obten-

ción de resultados con la creación de valor, el liderazgo, la transparencia y el comportamiento ético de nuestros profesionales. Una buena muestra de ello es que durante 2002 se ha aumentado el porcentaje de empleados con retribución variable desde el 67,68% hasta el 73,88%.

Durante 2002 se ha puesto especial énfasis en dotar de mayor rigor y transparencia el procedimiento de asignación de retribución variable y se ha concluido la unificación de los sistemas de compensación en España, definiendo y presentando la nueva estructura retributiva.

También se ha llevado a cabo la unificación del Sistema de Retribución Variable en las tres redes de nuestro Grupo en Portugal y se ha definido y aprobado la política de localización (traslados internacionales permanentes) para todo el Grupo.

Salud y seguridad en el trabajo

A través del Servicio de Prevención, auditado por una empresa especializada externa, se han impulsado las actividades para la mejora de la salud y la seguridad en el trabajo de nuestros empleados. Se ha continuado con el desarrollo de la sistematización para la evaluación de riesgos laborales en centros de trabajo y se han incrementando las actividades de formación e información sobre estos aspectos. Asimismo, se está trabajando en la sistematización de los ratios de accidentes y absentismo.

También se han reforzado los mecanismos de vigilancia de la salud mediante la definición de protocolos de reconocimientos médicos, la formalización de los correspondientes conciertos con servicios ajenos, campañas de vacunación, estudios epidemiológicos, etc.

Especialmente en Iberoamérica, el Grupo ha hecho un gran esfuerzo en proporcionar a sus empleados recursos adicionales para la mejora y prevención en temas sanitarios, como

pólizas de hospitalización, cirugía y medicina prepagada. También han sido intensas las campañas de vacunación contra enfermedades características de la zona, como las llevadas a cabo en Brasil contra el dengue y la gripe o las acometidas en Colombia contra el catarro y la hepatitis B.

Todos los países reciben información relativa a la prevención de contagio de VIH/SIDA. En los países donde la tasa de la enfermedad es especialmente alta, como es el caso de Brasil, se han puesto en marcha medidas específicas de información en el interior de los centros de trabajo y medidas adicionales de información a través de intranet, entre otras. En el caso de México, para los empleados portadores del virus, la cobertura médica es total. En Puerto Rico se realiza anualmente una Feria de Salud donde los empleados reciben orientación sobre prevención y conocimiento de enfermedades. Anualmente, el plan cubre un examen médico minucioso con carácter preventivo, además de publicar información relativa a la salud en intranet.

Servicios y beneficios para empleados

La futura Ciudad Grupo Santander en Boadilla del Monte, Madrid, incorporará elementos innovadores con vistas a favorecer la necesaria conciliación de familia y trabajo: incremento en la flexibilidad de horarios, instalaciones deportivas y tiendas de conveniencia, entre otras.

Especial mención merece el centro de educación infantil con capacidad para cuatrocientos niños. Se trata de la mayor y más moderna escuela infantil de España, concebida para hacer más fácil la vida a nuestros empleados con hijos menores de 3 años.

El Grupo Santander mantiene, además, un amplio abanico de servicios a favor de todos sus empleados. Así, en España, el denominado Fondo Asistencial destinó el pasado año un millón de euros a atender gastos sanitarios de sus empleados no cubiertos por la Seguridad Social. Son



también relevantes las ayudas para estudios de los hijos de nuestros empleados, especialmente las dirigidas a estudios especiales para los hijos discapacitados y las de estudios universitarios fuera de la plaza de residencia.

En Iberoamérica, ayudamos a nuestros empleados con planes de complementariedad de salud, como el programa desarrollado en Bolivia por el Banco de Santa Cruz, consistente en provisionar 150 pesos bolivianos por empleado al final de cada ejercicio y destinar la cantidad global a cubrir situaciones de salud imprevistas y no cubiertas por otros entes gestores; y programas de ayuda en el periodo de jubilación, como el desarrollado por Banespa en Brasil, que aporta al empleado jubilado un complemento en su paga de jubilación del 100% del salario que recibía en su vida activa.

Todos los empleados del Grupo disfrutan de unas condiciones especiales en los productos y servicios bancarios, así como en las cuotas anuales de los seguros voluntarios de vida, accidente e invalidez absoluta.

Igualdad de oportunidades

Capítulo aparte merece el esfuerzo desarrollado por nuestro Grupo para promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. El Programa Óptima, auspiciado por la Comisión Europea e impulsado en España por el Instituto de la Mujer, ha reconocido la labor del Banco en este terreno, labor que el Grupo inició en 2002 con el Plan de Acción Positiva para impulsar, fomentar y conseguir una igualdad real.

Se ha creado el Buzón Idea Óptima, para recoger sugerencias de los empleados relacionadas con la igualdad de oportunidades. Uno de sus primeros resultados ha sido el Decálogo de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres, a partir de la sugerencia enviada por la empleada Adela Mateo Merlo.

29 medidas del Programa Óptima: Plan de Acción Positiva

Áreas de actuación	Acciones
Comunicación	<ol style="list-style-type: none">1. Difusión del programa en el Grupo Santander2. Información continua de las acciones efectuadas3. Buzón Idea Óptima4. Link con la web del Instituto de la Mujer5. Creación de una imagen propia del programa del Banco6. Seguimiento del Programa Óptima en los comités de Recursos Humanos7. Comunicación del Plan de Acción por parte de la Dirección de Recursos Humanos8. Creación de un comité de impulso del programa9. Utilización de un lenguaje neutro en todas las comunicaciones
Selección	<ol style="list-style-type: none">10. Igualdad de oportunidades en los procesos de selección11. Transmitir igualdad de oportunidades a las personas que intervienen en procesos de selección12. Revisión del lenguaje en los anuncios de reclutamiento13. Utilización de un lenguaje neutro en la nomenclatura de los puestos de trabajo
Formación y desarrollo	<ol style="list-style-type: none">14. Difusión de la igualdad de oportunidades en cursos de formación gerenciales15. Apertura de un portal específico sobre la igualdad de oportunidades en Formavía16. Analizar la menor participación femenina en cursos de formación
Promoción	<ol style="list-style-type: none">17. Sensibilizar a responsables de cualquier promoción sobre igualdad de oportunidades18. Identificar a las mujeres con potencial del Banco19. Mantener e incrementar las instructoras femeninas20. Detectar las barreras para la promoción de mujeres
Conciliación	<ol style="list-style-type: none">21. Flexibilidad horaria22. Guarderías de empresas23. Difusión de la Ley de Conciliación de la vida familiar y laboral24. Reuniones para recabar información sobre necesidades reales de la plantilla25. Permitir la suspensión del contrato de trabajo por responsabilidades familiares26. Impulsar el permiso parental
Salud Laboral	<ol style="list-style-type: none">27. Intensificar el reconocimiento laboral periódico para la detección de síntomas de sobre-carga física o psicológica28. Detección del acoso sexual29. Difundir guías preventivas sobre enfermedades que afectan a la mujer



Centro de Formación, Madrid

Datos de formación en 2002

Total horas lectivas	4.074.401
Porcentaje de empleados (sobre total plantilla)	87,14%
Porcentaje de empleados con formación <i>on-line</i> (sobre total plantilla)	12,64%
Evaluación de la satisfacción (sobre 10)	8,3

Formación

En el último año se han incrementado de manera significativa las actividades formativas, desde la convicción de nuestro Grupo de que el desarrollo de los profesionales es un elemento estratégico esencial. Este incremento nos ha permitido alcanzar una media superior a las 39 horas lectivas por empleado, lo que supone un incremento de un 5,5% respecto al ejercicio anterior.

Entendemos el desarrollo de la formación desde una estrategia multicanal, que permite llegar a todos los empleados a través de los más diversos procedimientos. Destaca en este sentido la consolidación del campus virtual de formación *on-line*, Formavía, que en la actualidad está implantado en 18 sociedades del Grupo.

Destacables han sido también los programas formativos de carácter global, como el Plan de Formación sobre Responsabilidad Social Corporativa, en su fase de sensibilización general, y el de Análisis y Gestión de Riesgos Medioambientales, en su fase específica.

En Iberoamérica, los procesos de formación de empleados, para los que se han destinado casi cinco millones de euros, han sido durante 2002 de especial relevancia. Entre estos planes destacan los relacionados con fomento y desarrollo de las capacidades de los empleados del Grupo en la zona, así como aquéllos relativos a la mejora de las cualidades académicas, desde la culminación o inicio de estudios universitarios hasta la consecución de estudios de postgrado.

En cuanto a programas de formación en apoyo a la continuidad laboral, en España se están impartiendo cursos de reciclaje para empleados que son trasladados de los Servicios Centrales a Banca Comercial. Además, el Banco también imparte cursos de preparación para los empleados en proceso de prejubilación.

Portadas revista Carácter



Horas de formación en los principales Bancos del Grupo

	Horas al año por empleado
Santander Central Hispano, España	40,42
Banesto, España	20,69
Grupo Santander Banespa, Brasil	34,69
Banco de Venezuela	51,49
Banco Santander Colombia	46,10
Banco Santander Chile	33,21
Banco Santander Serfín, México	70,56
Banco Río, Argentina	15,58
Grupo Totta, Portugal	22,72
Banco Santander Puerto Rico	45,04

Comunicación interna

Nuestra política de comunicación interna pretende asegurar que las mejores prácticas, tiempos y calidad de la comunicación entre los empleados y directivos se mantengan a lo largo de todas las unidades y entidades del Grupo.

El sistema de intranet del Grupo (Verne) constituye un canal prioritario de comunicación interna en todos los países donde el Banco está presente, como lo demuestra el hecho de que la práctica totalidad de los empleados del Grupo tienen acceso a ella, con un índice de utilización promedio durante el pasado año superior al 80%. Una de las últimas iniciativas ha sido el reciente lanzamiento del portal Ciudad Grupo Santander que ofrece información sobre nuestra futura sede en Boadilla del Monte. Además de las reuniones periódicas del Consejero Delegado con los directivos, se celebra cada año una convención de directivos a nivel mundial, en la que se hace un balance de los resultados de la entidad y se explícan los principales ejes de la estrategia del Grupo.

En cuanto a las publicaciones internas, el Grupo cuenta con más de veinte revistas en español, portugués, portu-

gués de Brasil, inglés y alemán, así como varios boletines electrónicos tanto en España como en Iberoamérica.

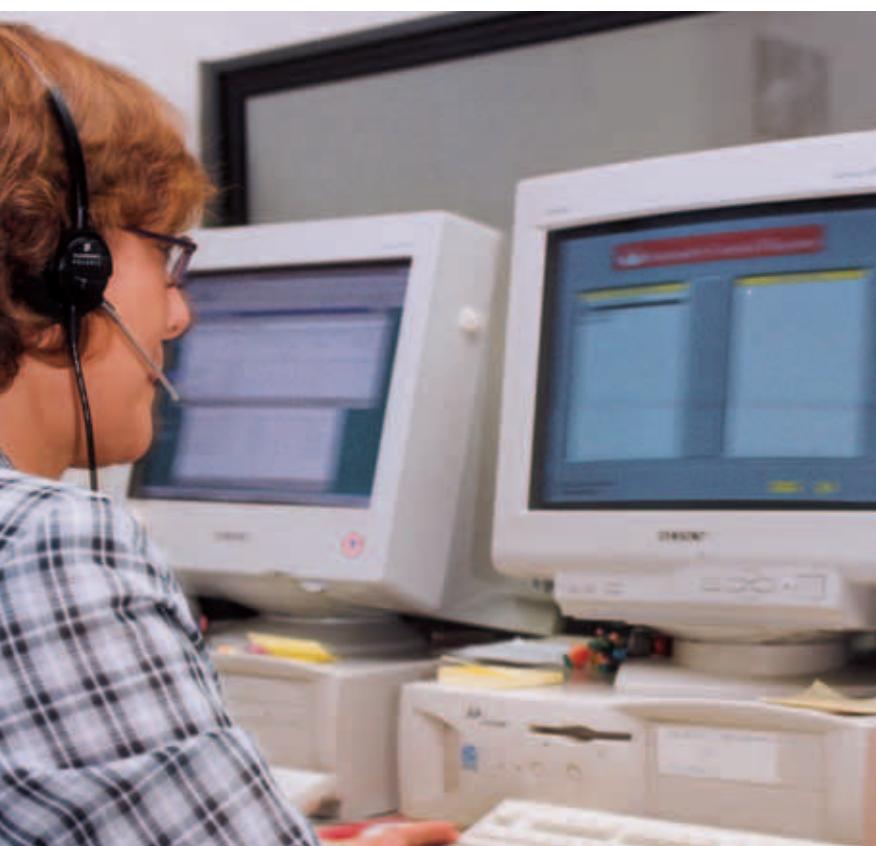
Para favorecer la cohesión del Grupo e incrementar el sentido de orgullo de pertenencia, se creó el año pasado una revista corporativa global –Carácter–, dirigida a todos los profesionales que conforman el Grupo Santander en el mundo. Carácter, con una tirada de 150.000 ejemplares, incluye también al personal pasivo del Banco en España. Es una herramienta fundamental para reforzar los lazos entre los profesionales que contribuyen y los que contribuyeron a construir lo que hoy es un Grupo líder en la escena internacional, tanto por su relevancia en el mercado financiero como por su contribución en el ámbito social y cultural.

En su primer año de existencia, la revista ha sido distinguida por la Asociación para el Desarrollo de la Comunicación Interna (ADECIN) con el Premio 2003 a la Mejor Revista de Comunicación Interna.

Relaciones laborales

El Grupo Santander respeta escrupulosamente el derecho a la sindicación de todos sus empleados, de acuerdo con las normas de cada país, y en todo caso, suscribe convenios colectivos en cada uno de sus bancos aplicables a todos sus empleados, afiliados o no.

En España, en las elecciones sindicales celebradas en diciembre de 2002 en Santander Central Hispano, hubo una participación del 81,07% y en ellas obtuvieron representación doce sindicatos que cubrieron 825 puestos en 87 comités. En Banesto las elecciones sindicales celebradas igualmente en diciembre de 2002 contaron con una participación del 85,72%. En ellas obtuvieron representación ocho sindicatos con 410 delegados en 57 comités.



Centro de Atención a Usuarios (C.A.U.)

Mecanismos de apoyo al empleado

En el Grupo Santander hacemos todo lo posible para solucionar las dudas y problemas que surgen a los empleados del Banco de un modo rápido, eficiente y sencillo.

La Línea del Empleado es el mecanismo utilizado por el servicio de información de Recursos Humanos del Banco en España para resolver y aclarar todos los problemas y sugerencias de nuestros empleados en materia laboral. Desde su creación en 1996, el número de consultas efectuadas ha pasado de 13.056 a 49.061 y en este último año se han recibido un 23,69% más de consultas que en 2001. Entre los temas más consultados destacan los relativos a préstamos y anticipos, recibo de haberes, comunicación de vacaciones, al Acuerdo de Mejoras Sociales y Personal Pasivo, entre otros.

El Centro de Atención a Usuarios (C.A.U.) y la Línea de Atención a Oficinas (L.A.O.) son otros servicios destinados a aclarar las consultas que realicen los empleados. El primero es un mecanismo creado para la resolución de dudas de los usuarios de la Red Comercial, entre otras, las relacionadas con la operativa de aplicaciones y con los procedimientos, y que durante el año pasado recibió más de un millón y medio de consultas.

La Línea de Atención a Oficinas es un mecanismo que integra todas las consultas realizadas desde las oficinas sobre operativa y las que están dirigidas hacia otros departamentos de la División de Medios. Se trata de un servicio de ayuda post-implantación de nuevas aplicaciones o modificaciones y que canaliza necesidades de mejora en aplicaciones, procedimientos, formación y servicios, con más de medio millón de consultas realizadas.

En los bancos del Grupo fuera de España existen servicios equivalentes de apoyo a los empleados.

Línea del Empleado*

Desglose de la actividad anual	Número	%
Nº consultas	49.061	
Telefónicas atendidas directamente	34.646	70,62
Telefónicas recogidas en buzón	3.760	7,66
Correo electrónico	998	2,03
Módulo Verne	1.776	3,62
Llamadas perdidas	7.881	16,06

Consultas Recibidas por División	Número	%
Banca Comercial	24.931	50,82
Medios y Costes	3.892	7,93
Riesgos	1.216	2,48
Otras Divisiones	3.109	6,34
Personal pasivo	8.032	16,37

Centro de Atencion a Usuarios (C.A.U.)*

Desglose de la actividad anual	
Nº llamadas telefónicas recibidas	1.305.544
Nº consultas otros canales	64.443
Nº llamadas salientes	188.991
Total llamadas (anual)	1.560.246
Tiempo medio llamada (anual)	00:03:34
% abandono sobre recibidas	13,97%
% consultas atendidas en primer nivel	86,95%

Desglose de consultas por tipología (%)	
Gestión operativa interna	24,43
Informática	15,53
Cuentas personales	14,90
Propuestas / leasing	13,01
Medios de pago	11,36
Cartera - impuestos	7,71
Otros	13,06

Línea de Atencion a Oficinas (L.A.O.)*

Desglose de la actividad anual	
Nº llamadas telefónicas recibidas	464.403
Nº consultas otros canales	501
Nº llamadas salientes y emisión	71.374
Total llamadas (anual)	536.278
Tiempo medio llamada (anual)	00:02:11
% abandono sobre recibidas	4,77%
% consultas atendidas primer nivel	99,79%

Desglose de consultas por tipología (%)	
Seguros	41,02
Fondos inversión	27,83
Pensiones	18,47
Correduría	2,35
Otras consultas	10,33

* Datos referidos a Santander Central Hispano en 2002

“ Las relaciones con los proveedores se basan en la transparencia y los principios éticos ”

“ Hemos invitado a nuestros proveedores a sumarse a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas ”

“ Los procesos de compras mediante subastas por internet han alcanzado los 250 millones de euros en los últimos 18 meses ”

Política de compras

La política de compras de Santander Central Hispano tiene como objetivo principal optimizar la relación entre coste, calidad y prestaciones en la compra y contratación de toda clase de bienes y servicios.

La consecución de ese objetivo está sujeta a un cuidadoso cumplimiento de la normativa aplicable en todos los países en los que actuamos. Junto a ello, prestamos especial importancia al respeto de los derechos humanos y del medio ambiente e incidimos en la necesidad de que nuestros proveedores actúen de forma ética y responsable en la cadena de compras.

La importancia que la mejora de la eficiencia tiene para el Grupo Santander y la incidencia que la adquisición de bienes y servicios tiene en una organización de estas dimensiones aconsejan que las inversiones y gastos se realicen mediante una actuación coordinada entre todas las entidades y sociedades filiales del Grupo Santander, que asegure el máximo aprovechamiento de nuestra capacidad de grupo para la negociación y contratación con proveedores.

Esta línea de actuación permite obtener precios más competitivos, ya que integra volúmenes importantes y asegura un mejor conocimiento de los proveedores. Adicionalmente, permite definir especificaciones en contrataciones, así como unos estándares que facilitan la racionalización de servicios y consumos.

Con esta finalidad, todas las compras de bienes y la selección, contratación, negociación u otros aspectos relacionados con proveedores externos se gestionan a través de la División de Medios y Costes. En 2002 todas las compras se pagaron de acuerdo con sus términos.

Con el objetivo de que toda gestión para la adquisición de productos y servicios cumplan los requisitos de calidad

exigidos por el Grupo, se realiza una selección de proveedores y se efectúa una evaluación continua para controlar su aptitud para cumplir los requerimientos establecidos, según normativa ISO.

Los proveedores son seleccionados, dependiendo del tipo de producto o servicio que se contrate, teniendo en cuenta los siguientes criterios: prestigio en el mercado, calidad de servicio y producto, flexibilidad frente a cambios, resolución de incidencias, condiciones económicas, experiencia histórica y cobertura geográfica del servicio.

Ningún proveedor representa el 10% de las compras realizadas en el país y, en ningún caso, el total de compras supone más del 5% del PIB del país en el que se realizaron.

El Área de Compras y Costes homologa y evalúa a sus proveedores anualmente, 298 en el último ejercicio, siguiendo las directrices marcadas en su Manual de Calidad.

Estos tres apartados de selección, homologación y evaluación, así como los indicadores de calidad establecidos, sirven como herramientas de medición objetiva y facilitan la transparencia de las operaciones que se vienen realizando.

En Iberoamérica, los diferentes bancos y sociedades del Grupo siguen las mismas pautas y políticas de compras y proveedores definidas globalmente.

Dentro de la mejora continua establecida destaca la utilización de aplicaciones para la adquisición en régimen de compra electrónica, con opción a realizar subastas o concursos, según el interés específico del artículo a comprar.

Cabe destacar la gran importancia dada a los procesos de compras mediante subastas por Internet, con el doble objetivo de obtención de ahorros y mayor transparencia. Mediante este procedimiento se ha alcanzado un volumen

de 250 millones de euros en los últimos dieciocho meses, lo que representa una ahorro medio del 14%.

Cadena de adhesiones

Los proveedores, en cuanto partícipes y socios de nuestro Grupo en el desarrollo de su actividad, forman parte esencial de nuestra apuesta por la Sostenibilidad. Por ello, han sido invitados a sumarse, mediante una cadena de adhesiones, al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

La adhesión al Pacto Mundial supone la aceptación de todos sus principios, lo que implica el respeto a los derechos humanos de sus trabajadores, la eliminación de cualquier trato inadecuado o discriminatorio (desde el trabajo infantil a la desigualdad por sexo o creencia) y el compromiso con el medio ambiente. En los primeros tres meses más del 50% de los principales proveedores se han sumado a la cadena de adhesiones, lo que nos hace pensar en una adhesión plena en un breve plazo.

En algunos países se han iniciado también fórmulas específicas para involucrar a sus proveedores locales en los principios de la Sostenibilidad. Así, en Brasil, a partir del primer semestre de 2002, todos los proveedores de Banespa fueron invitados a no emplear a menores de 18 años en actividades nocturnas, peligrosas o insalubres, ni a los menores de 16 en cualquier trabajo, salvo como aprendices, a partir de los 14 años.

Un caso especial es el de las empresas de seguridad. El Banco, dentro de su política de respeto y fomento por cumplir con los derechos humanos recogidos en la Constitución Española y acordes con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas al que estamos adscritos, exige a las empresas que prestan servicio de seguridad al Banco que impartan a sus empleados, tanto de las áreas de vigilancia como de transportes de fondos, formación en relación al respeto y fomento de estas normas.

“ Hemos dedicado el 2,7% de nuestro beneficio neto atribuido a la acción sociocultural en los países donde estamos presentes ”

“ La relación del Santander con las universidades configura un modelo único de colaboración de una entidad financiera con el mundo educativo ”

“ Desarrollamos proyectos de voluntariado, de acción social y de educación y cultura en colaboración con un gran número de entidades y con nuestros propios empleados ”

Inversión en acción social

En el Grupo Santander tenemos razones para sentirnos orgullosos de la relación que mantenemos con el conjunto de la sociedad. Nuestra política de acción social y cultural está enraizada desde antiguo en nuestra práctica porque estamos convencidos de que ayudar al desarrollo de la sociedad es a la larga un modo efectivo de incrementar nuestro valor. Y ello siempre partiendo de la máxima consideración por las peculiaridades de las diferentes comunidades en las que estamos presentes, tratando de fomentar su desarrollo sostenible y contribuyendo a su mejora.

En los últimos cuatro años, el Grupo ha invertido en acción sociocultural un total de 151,2 millones de euros. Sólo en 2002 se han invertido 61,03 millones de euros, lo que representa el 2,7% del beneficio neto atribuido del pasado año. Esta cantidad –que se ha distribuido entre el 38,45% de Iberoamérica y el 61,55% de España y Portugal– habla por sí sola del enorme esfuerzo llevado a cabo y sitúa a nuestro Grupo entre las entidades financieras más activas en este campo.

Inversión en acción social

Millones de euros

Año 2000	23,9
Año 2001	48,5
Año 2002	61,0

Distribución por conceptos en 2002

Millones de euros

Fundaciones	4,10
Universidades y educación	53,20
Desarrollo social	3,07
Medio ambiente	0,58
Voluntariado	0,04

Santander Universidades

La educación es la base del desarrollo económico y social de las comunidades en las que trabajamos. Más específicamente, las universidades constituyen una pieza esencial sobre la que se asienta la promoción del conocimiento y la formación de las generaciones futuras.

Por eso, la apuesta del Grupo Santander por las universidades representó en 2002 el 74,2% de los recursos destinados a la acción social y una inversión de 45,3 millones de euros, el 2% del beneficio neto durante el pasado ejercicio.

La relación del Grupo Santander con las universidades se ha ido consolidando a lo largo de los años en España, pero también en Iberoamérica, donde comenzó en 1999, y en Portugal, al año siguiente. Los países de la Península Ibérica, así como aquellos de Iberoamérica donde el Grupo tiene una presencia destacada –Méjico, Puerto Rico, Venezuela, Perú, Brasil, Chile, Colombia y Argentina– configuran un marco de encuentro entre la institución académica y la empresa de gran trascendencia social.

Santander Universidades se concreta en tres grandes áreas de actuación:

- Los convenios de colaboración, de carácter institucional y económico, con cada una de las universidades.
- El Portal Universia, la mayor red universitaria que existe en Internet.
- La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, el portal más significativo sobre el patrimonio cultural iberoamericano.

Convenios de colaboración

Cada universidad tiene su propia personalidad, sus prioridades y sus necesidades. El Grupo Santander parte de esta realidad para presentar una oferta de colaboración y servicios personalizada, que le permite trabajar con la mayoría de las instituciones universitarias de la Península Ibérica y de Iberoamérica.

Nuestro Grupo colabora de manera estable con 51 universidades y 17 centros asociados y de investigación en España, es decir, el 75% de las universidades españolas, públicas y privadas, y con 182 instituciones académicas portuguesas e iberoamericanas.

Los acuerdos, que en el año 2002 significaron la aportación directa de 28,3 millones de euros, contemplan tres ámbitos de colaboración: académico, tecnológico y financiero.

Ámbito académico

El Banco ofrece su apoyo institucional y económico para desarrollar los programas docentes o de investigación que cada universidad considere prioritarios:

- Creación de cátedras
- Becas de grado y de postgrado
- Digitalización de fondos bibliográficos y tesis doctorales
- Proyectos de investigación
- Proyectos de formación *on-line* y campus virtuales
- Masters y estudios de postgrado
- Programas de extensión universitaria
- Actividades culturales
- Programas de emprendedores

El apoyo a proyectos de cooperación interuniversitaria en Iberoamérica y las dotaciones de becas de movilidad para estudiantes, doctorandos y profesores son exponentes del



“ El Grupo Santander destinó a su programa de apoyo a universidades 45,4 millones de euros, en 2002 ”



sentido de proyecto global y de creación de comunidad de la relación del Banco con la Universidad.

Un buen número de los convenios suscritos incluyen el apoyo a programas de intercambios académicos, entre los que pueden destacarse, por su carácter multilateral, la colaboración con la Fundación Carolina del Ministerio de Asuntos Exteriores para toda América o la participación del Grupo Santander en el Programa ALBAN (Becas de Alto Rendimiento para América Latina), promovido por la Unión Europea para facilitar que 4.000 graduados iberoamericanos puedan ampliar estudios en universidades europeas. Con ayudas del Banco, unos 500 estudiantes iberoamericanos siguen estudios cada año en universidades españolas.

A esta voluntad de fomentar una comunidad académica iberoamericana responde la creación de cátedras mixtas, la implantación de nuevos estudios o el desarrollo de programas de postgrado conjuntos entre universidades españolas e iberoamericanas. El resultado es que existen ya medio centenar de cátedras mixtas, bajo el amparo de la UNESCO.

Junto a un buen número de proyectos basados en las nuevas tecnologías –plataformas de e-learning, campus virtuales...– el Grupo Santander colabora en el acercamiento y cooperación del mundo universitario y empresarial mediante el apoyo a parques científicos y tecnológicos e incubadoras de empresas, promovidos por las universidades. Unos 2.100 universitarios realizan cada año prácticas profesionales en el Grupo Santander.

En total, son más de 250 los proyectos académicos apoyados financieramente por el Banco en España, Portugal e Iberoamérica de los que se benefician cuatro millones de universitarios.

Convenios de colaboración

	España	Portugal	Iberoamérica	Total
Año 2000	45	0	29	74
Año 2001	55	2	88	145
Año 2002	68	10	172	250

Tarjetas universitarias comprometidas

	España	América y Portugal	Miles
Año 2000	553	997	1.550
Año 2001	576	1.368	1.944
Año 2002	620	2.150	2.770

Ámbito tecnológico: la Tarjeta Universitaria Inteligente

La aportación más destacada en el terreno tecnológico y de gestión es la Tarjeta Universitaria Inteligente, de la que serán titulares, a lo largo de este año, más de dos millones de alumnos de España, Portugal, Brasil, México, Chile, Puerto Rico, Venezuela, Argentina, Colombia, Perú, Uruguay, Bolivia y Paraguay.

Esta tarjeta, dotada de la más moderna tecnología chip, ofrece, además de su funcionalidad como carné universitario de identificación personal, una extensa gama de posibilidades de uso de gran valor añadido. Entre otras:

- Pago de matrículas y tasas académicas
- Consultas de información personal y tramitación de gestiones administrativas
- Control de presencia y de paso a recintos universitarios de acceso restringido
- Préstamo y control de libros en bibliotecas

- Control de acceso a los ordenadores de las aulas informáticas y terminales de autoservicio
- Firma electrónica
- Monedero electrónico
- Ventajas y descuentos en comercios
- Servicios financieros

Las colaboraciones en el terreno de la tecnología cubren también otros campos como el software de gestión académica, pasarelas de pago electrónico e Internet o aulas informáticas y multimedia.

Gracias a este apoyo, decenas de universidades iberoamericanas han integrado la información académica y financiera en un solo sistema de gestión interna promovido por la Oficina de Cooperación Universitaria, empresa de servicios tecnológicos creada por varias universidades españolas. Las aulas informáticas y de navegación, patrocinadas por el Banco, son una realidad en muchas universidades y cientos de terminales de autoservicio proliferan por los campus para que los universitarios tengan otros canales en los que puedan realizar consultas académicas o gestiones administrativas.

Las nuevas tecnologías permiten también crear espacios virtuales orientados a fomentar la relación entre la universidad y la empresa: portales y centros de emprendedores facilitan el desarrollo de nuevos negocios y microempresas.

Servicios financieros singulares

El Banco ha diseñado, específicamente, una oferta de productos bancarios en condiciones preferentes que cubren las necesidades financieras de las instituciones universitarias y de los diferentes colectivos que las integran



Universidad de Salamanca, España

(estudiantes, personal docente e investigador, graduados universitarios o personal de administración y servicios).

El Grupo presta sus servicios a través de oficinas universitarias y puntos de atención financiera, instalados en los propios campus o a través de Internet.

Universia: universidad en Internet

Lo que hoy es, sin duda, la mayor red virtual universitaria del mundo nació en el verano del año 2000, como fruto de la experiencia adquirida por el Grupo Santander en los proyectos de Internet que había desarrollado hasta entonces, de manera bilateral, con algunas universidades españolas. El proyecto, que nació con vocación iberoamericana, tuvo su puesta en marcha en España. Los socios fundadores de Universia fueron, junto al Banco, la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE), el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y 31 universidades españolas.

Posteriormente, y de manera progresiva, han entrado en funcionamiento, con el respaldo mayoritario de sus universidades, nuevos portales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Puerto Rico, Venezuela y Portugal. Sumados todos ellos, Universia se ha configurado como una red esencial para el fortalecimiento de vínculos entre las comunidades de estudiantes, docentes e investigadores de habla hispana y portuguesa en Europa y América.

Hoy, el Portal Universia se ha consolidado como una iniciativa única, que agrupa a 637 universidades. En todo el mundo son 7,3 millones de universitarios los que tienen a su alcance esta potente herramienta. Universia incorpora 15 áreas de contenidos y servicios, clasificadas en más de 60 categorías. Dispone de más de un millón de documentos y recursos a disposición de la comunidad universitaria en cada uno de los diez portales.

Universia ha establecido alianzas con los mejores socios internacionales en ámbitos como la educación, la información, las comunicaciones o las tecnologías de la información. Los acuerdos con Microsoft, la American Academy for the Advancement of Science, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) o la Wharton School de la Universidad de Pennsylvania permiten la difusión en español y portugués de materiales y publicaciones de primer orden, en campos como la ciencia, las tecnologías o la gestión e innovación empresarial.

El Grupo Santander ha realizado las aportaciones necesarias de capital para poner en marcha y sostener el Portal Universia. Pero junto al apoyo institucional, ha sido voluntad del Banco ceder la mayor parte de su participación accionarial a las universidades que se han incorporado como socias. Ellas son también las proveedoras principales de sus contenidos.

El Grupo Santander ha invertido de forma directa en Universia un total de 34,5 millones de euros, de los que 17 millones corresponden al ejercicio 2002, el año en que se ha producido su implantación en América.

Universia: universidades asociadas por países

España	67
Portugal	16
Argentina	48
Brasil	126
Chile	48
Colombia	48
México	166
Perú	62
Puerto Rico	15
Venezuela	41
Total universidades asociadas	637

Universia: páginas visitadas

	millones
Primer trimestre 2002	7,52
Segundo trimestre 2002	17,37
Tercer trimestre 2002	23,36
Cuarto trimestre 2002	63,85
Primer trimestre 2003	71,00

Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes

La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes –www.cervantesvirtual.com– es un proyecto de digitalización de las obras y documentos más significativos del patrimonio cultural iberoamericano. Concebido por la Universidad de Alicante y puesto en marcha en 1999, gracias al apoyo económico del Grupo Santander y la Fundación Marcelino Botín, ofrece acceso gratuito a más de 10.000 títulos, que alcanzarán los 30.000 en los próximos años, y se convierte así en el portal de Internet más completo y valioso sobre la literatura y las culturas hispanas.

El prestigio adquirido por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes se manifiesta en la composición del Patronato de su Fundación. Bajo la presidencia de Mario Vargas Llosa, se sientan, entre otros patronos, los Ministros españoles de Trabajo y Asuntos Sociales y de Educación, Cultura y Deporte y el Secretario de Estado de Cooperación Internacional, el Rector de la Universidad de Alicante y los Presidentes de la Generalitat Valenciana, Instituto Cervantes, Real Academia Española, Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, Grupo Prisa, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Fundación Telefónica, Fundación Marcelino Botín, Asociación de Bibliotecas Nacionales Iberoamericanas, Federación de Gremios de Editores de España y Santander Central Hispano.



Presentación de Universia, España

“ La relación del Grupo Santander con las universidades se concreta en tres áreas de actuación: los convenios de colaboración, el portal Universia y la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes ”

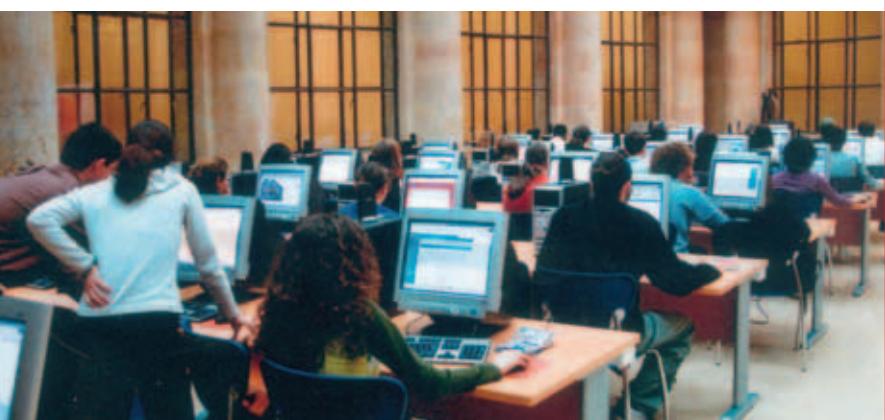
Las obras digitalizadas, que abarcan desde la literatura infantil y juvenil hasta la colección Austral o los autores más emblemáticos de las letras iberoamericanas (Cervantes, Lope de Vega, Sor Juana Inés de la Cruz, Sarmiento, Larra, Benito Pérez Galdós, Clarín, Benedetti, Nicolás Guillén, entre otros), están acompañadas, además, de múltiples estudios críticos y de investigación, de materiales históricos que ayudan a su contextualización, de una biblioteca de signos y una fonoteca para las personas con problemas auditivos o de visión, así como de diversas ediciones multimedia.

La Biblioteca Virtual incrementa sus contenidos mediante convenios de colaboración con las más importantes instituciones culturales del mundo. En España son más de 40 los convenios suscritos, otros 50 se han firmado con entidades iberoamericanas y 40 con otras instituciones internacionales de primer orden.

La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes es también un centro de investigación sobre la aplicación de nuevas tecnologías a los estudios humanísticos, la edición digital y el desarrollo de bibliotecas digitales.

En definitiva, es una iniciativa que complementa el valioso apoyo que está prestando el Grupo Santander a la educación superior en España, Portugal e Iberoamérica y que ayuda a estrechar los lazos entre estos países y a fomentar nuestro idioma y nuestra cultura en el mundo entero.

Los más de 25 millones de páginas servidas o las 50.000 consultas de *El Quijote* realizadas durante el pasado año acreditan el creciente interés que despierta la Biblioteca Virtual en los ámbitos culturales de todo el mundo.



Sala Universia. Universidad de Salamanca, España

Otros proyectos de carácter educativo

La inversión en educación e investigación es la forma más directa y eficaz de apostar por el progreso de una sociedad. Desde esta premisa se explica el enorme esfuerzo realizado por el Grupo Santander en este ámbito y el gran número de proyectos desarrollados.

Para nuestro Grupo, la educación es una apuesta estratégica en la medida en que tiene una traducción evidente en términos de bienestar social y unos claros efectos positivos para el propio Banco.

Además de la inversión realizada por el Grupo en Universidades, en Iberoamérica se está llevando a cabo un número destacable de proyectos de desarrollo en el ámbito educacional que adquieren una especial relevancia.

En Chile, Banefe colabora con un programa de donación de equipos informáticos a establecimientos educativos y organizaciones ligadas a la cultura y al bien social; mantiene un acuerdo con la Fundación Belén Educa, a la que proporcionó diversos materiales, tanto escolares como informáticos, para su nuevo colegio Cardenal Juan Francisco Fresno que acoge a 1.600 niños de escasos recursos; desde hace diez años ayuda a la Fundación Educacional Bermechea, que tiene bajo su responsabilidad el colegio San Rafael, entre otros proyectos.

En Argentina, Banco Río participa por cuarto año consecutivo en el programa de la Fundación Leer, cuyo objetivo es promover el hábito de la lectura en las escuelas públicas donde hay niños con escasos recursos. La aportación realizada a este programa desde su creación ascendió a 472.000 euros.

En Puerto Rico, se vienen desarrollando desde hace años una serie de proyectos educativos y culturales como son: el Centro Educativo para la Nueva Economía, dedicado al estudio y educación de las comunidades con bajo nivel de rentas; el sistema educativo Ana G. Méndez, para la mejora de la calidad educativa de los universitarios; el Centro de Estudios y Recursos de la Península Cantera; la Biblioteca Aurora Ruiz y el programa de asesoramiento Padres para Niños y Niñas.

Becas

Santander Central Hispano ha continuado un año más potenciando sus distintos programas de becas de ayuda al estudio y de prácticas profesionales, alcanzando en 2002 el número de 3.249 becas, lo que supone un incremento considerable si se comparan con las 2.514 otorgadas en el año 2001.

Distribución de becas 2002

Tipos de beca	Iberoamericanos	Españoles	Total
Prácticas profesionales	1.061	1.001	2.062
Estudio			
Doctorado	372	5	377
Escuela de Verano	280		280
Intercambio	60	60	120
Becas Líder	50		50
Licenciatura	10		10
Ayudas Erasmus		300	300
Acuerdos Especiales		50	50
Total becas de estudio	772	415	1.187
Total becas prácticas + estudio	1.833	1.416	3.249



Primer Maratón de Lectura. Fundación Leer, Argentina

“ El Banco, los clientes y los empleados han contribuido con 1,6 millones de euros para paliar los efectos del hundimiento del Prestige ”



Coparticipación con clientes y empleados y cooperación al desarrollo

En 2002 hemos comenzado desde Santander Central Hispano una iniciativa pionera en el campo de la acción solidaria. Se trata de la creación de un Fondo para Actuaciones Sociales, dotado por el Banco con un millón de euros, pero reforzado por las aportaciones económicas de empleados y clientes y por el trabajo voluntario de nuestros propios empleados.

La primera actuación de esta iniciativa fue el Fondo de Ayuda a Galicia, para paliar los daños producidos por la catástrofe del Prestige, que ha contado con una contribución total de 1,59 millones de euros, aportados conjuntamente por el Banco (750.000 euros), 840 empleados (43.277 euros) y 10.500 clientes (802.787 euros).

Otros proyectos solidarios realizados en 2002 especialmente relevantes han sido:

- Convenio de colaboración con Junior Achievement, con el objetivo de generar en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas en un marco de responsabilidad y libertad. Este programa se ha desarrollado en España, Brasil y Perú.
- Proyecto ¿Qué papel juegas?, llevado a cabo en Argentina por los empleados del Banco para la sensibilización medioambiental a través de la recogida y reciclado de papel.
- También en Argentina, programa de colaboración con Cáritas para paliar la desnutrición infantil, en el que el Banco aportó 217.000 euros.
- Proyecto Un techo para Chile, para la erradicación de los poblados de extrema pobreza de aquel país, con la donación del Banco de un millón de euros y la participación de empleados del Banco como voluntarios.

**Gabriel Jaramillo,
Presidente Grupo Santander Banespa**

“ Contamos con un importante potencial humano ”

Gabriel Jaramillo, colombiano de 53 años, es master summa cum laude en Business Administration por la Universidad de California State. En 1996 se incorporó a Santander Investment en Colombia. Dentro del Grupo Santander ha sido Presidente de Banco Santander Colombia y actualmente es Presidente de Banespa en Brasil.

¿Cómo valora la inversión en proyectos de acción social en Brasil?

Limitándonos a iniciativas concretas de carácter social y cultural, Banespa ha aportado durante el pasado año tres millones de euros, con los que se han financiado 21 proyectos muy diversos. A ello cabría sumar aportaciones en otros ámbitos...

En el ámbito universitario, por ejemplo...

En efecto. Estamos convencidos de que en este país, como en toda Iberoamérica, hay un enorme potencial humano, que encuentra, a través de la educación, el mejor modo de desarrollarse... En este sentido, me gustaría destacar la implantación en Brasil del Portal Universia y los 126 convenios suscritos con universidades brasileñas.

Así pues, cabe pensar en la continuidad de los programas en marcha...

Desde luego. Un claro ejemplo es nuestra colaboración con el Estado de São Paulo, con 2.400 panaderías artesanales donde madres de familias marginales aprenden a hacer pan y a tratar alimentos. Este es mi programa favorito.

**Mauricio Larrain,
Presidente Banco Santander Chile**

“ Es esencial el compromiso solidario de empleados y clientes ”

Mauricio Larrain, chileno de 52 años, es abogado, Master en Derecho de la Universidad de Harvard y Master en Economía de la Universidad Católica de Chile. Es Presidente del Grupo Santander en Chile desde 1992.

¿Qué destacaría de la acción social desarrollada durante 2002 en Chile?

Al igual que en el resto del Grupo en Iberoamérica, en Chile creemos que la acción social debe enmarcarse dentro de un modelo global de desarrollo sostenible, no sólo desde una perspectiva de ayuda humanitaria, imprescindible en nuestros países, sino también desde los ámbitos socio-cultural, educativo y medioambiental.

El programa Un techo para Chile tiene elementos peculiares...

Es un programa de cooperación al desarrollo en el que destaca, sobre todo, la idea de que no se puede actuar en solitario sino que se deben incorporar colaboraciones institucionales y, lo que es más importante, arrastrar a los clientes y a los empleados a una participación solidaria que, en sí misma, me parece un valor esencial.

Han abordado también iniciativas medioambientales interesantes...

Nuestro plan de ahorro energético y sobre todo el plan Cero Papel, destinado a reducir el consumo interno, han sido acogidos con un entusiasmo y unos resultados que dan la razón a quienes creemos en la Sostenibilidad.

**PROMETIMOS DARLE
EL MAYOR VALOR A TU NÓMINA.
ESTA ES LA MEJOR
PRUEBA DE ELLO.**

GRACIAS A TU NÓMINA, SANTANDER

**CENTRAL HISPANO HA DONADO 2.000.000
DE EUROS A CRUZ ROJA ESPAÑOLA.**

A raíz de nuestra iniciativa de donar 100 euros por cada nómina o pensión domiciliada, Santander Central Hispano ha conseguido reunir 2.000.000 euros destinados a Cruz Roja para financiar distintos proyectos de salud, educación, agua y saneamiento en los lugares más necesitados del mundo.

El proyecto CAR destinado a la reinserción social de menores afectados por el conflicto bélico en Sierra Leona es el más avanzado.

Hasta ahora el proyecto contaba con tres centros de atención que beneficiaban a 450 niños. Con la colaboración de todos, hemos conseguido que este año se vaya a construir y equipar un cuarto centro, contratar y formar al personal necesario y desarrollar campañas de sensibilización dentro de la comunidad.

Por todo esto, y por lo que seguimos haciendo, GRACIAS.

Porque, entre todos, estamos haciendo del mundo un lugar mejor.



**Santander
Central Hispano**

EL VALOR DE LAS IDEAS

PLAN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

- Desde hace más de una década, el Grupo Santander en Chile participa activamente en la Campaña 1+1 del Hogar de Cristo, institución que acoge a 28.000 personas diariamente y cuenta con 848 proyectos. Con los fondos recaudados por los empleados que participan en esta iniciativa más la aportación del Banco por un monto equivalente –en 2002 han alcanzado los 100.000 euros, con la participación de dos mil empleados–, el Grupo financia una gran obra como es Manresa, centro de rehabilitación para jóvenes con problemas de drogadicción.

- Proyecto Transparencia por Colombia, en colaboración con la ONG Ethics Resource Center, cuyos objetivos son construir una cultura ética de lo público, una ética corporativa y de responsabilidad social de las organizaciones y fortalecer la ciudadanía y el control ciudadano.

- La Fundación El Portal se propone brindar durante un año a 370 niños hijos de reclusos de cualquier centro carcelario en Bogotá o fuera de ella, espacios de expresión artística y creativa, involucrando en este proceso a 379 adultos responsables de los niños y a sus maestros con el fin de mejorar las relaciones interpersonales y desarrollar actitudes positivas.

- Campaña con la Cruz Roja, a la que el Banco ha aportado 2 millones de euros, para proyectos de ayuda humanitaria en algunos de los países más necesitados.

- En Brasil, Banespa ha aportado más de 12 millones de reales (3,84 millones de euros) a distintas iniciativas de carácter social y cultural, demostrando su interés constante por la comunidad. Se han financiado y promovido fiestas y ferias regionales, la publicación de libros y la realización de exposiciones y actos de solidaridad como la compra y donación de alimentos.

Campaña con la Cruz Roja

En el último trimestre del año 2002 se puso en marcha en España una iniciativa novedosa en el sector bancario consistente en donar 100 euros por cada nómina que se domiciliase en Santander Central Hispano.

Los fondos entregados por el Banco tenían como destino la realización de proyectos de salud, educación, agua y saneamiento en Angola, Sierra Leona, Vietnam y otros países en vías de desarrollo a través de Cruz Roja Española.

Esta campaña de marketing con causa ha logrado tanto los objetivos comerciales propuestos como los objetivos sociales. Prueba de ello son los primeros proyectos desarrollados por Cruz Roja Española al amparo de este acuerdo por el que el Banco aportó 2 millones de euros.

La primera colaboración que se ha puesto en marcha en el marco de esta campaña es el proyecto denominado Rehabilitación y Apoyo a la Infancia (Proyecto CAR, según sus siglas en inglés: Child Advocacy and Rehabilitation Programme), en Sierra Leona.

Este proyecto se desarrolla desde finales del año 2000, en la ciudad de Waterloo, con la apertura del primer centro de formación sociolaboral y reinserción social de menores que sufrieron una guerra civil de más de diez años.

La filosofía inherente a este programa es que los menores reciban la formación profesional y las actividades de apoyo en régimen abierto, estando garantizado su transporte diario hasta el Centro.

Con la colaboración del Santander Central Hispano, Cruz Roja Española se implicó en la ampliación y la ejecución del Proyecto CAR para la construcción, equipamiento y mantenimiento de un cuarto Centro CAR de formación durante el primer año de ejecución del proyecto, en un nuevo distrito del país.

Durante el primer año de ejecución del proyecto Cruz Roja Española, con la ayuda proporcionada por el Grupo Santander, procederá a realizar las siguientes actividades:

- Construcción de un nuevo Centro de formación.
- Equipamiento completo del Centro.
- Contratación del personal local (coordinadores del proyecto, asistentes sociales, mantenimiento) durante el primer año de ejecución.
- Actividades psico-sociales durante el primer año de ejecución.
- Compra y entrega de kits de herramientas a los menores que superen la formación.
- Seguimiento de los menores una vez terminado el proceso de formación.
- Campañas de sensibilización en la comunidad.



Empleados Banco Santander Puerto Rico.
Habitat for Humanity, Puerto Rico

“ En Portugal, el Grupo Totta ha aportado durante 2002 la cantidad de 821.290 euros a distintos proyectos sociales ”

- En Puerto Rico, el Banco ha aportado 88.672 dólares en distintos programas, entre los que destacan la colaboración con la ONG Habitat for Humanity International, con la finalidad de erradicar las viviendas de habitabilidad infrahumana; el programa San Juan Neighbourhood Housing Services, para la rehabilitación de viviendas, o el CAPDECOM, de asesoramiento y apoyo a comunidades necesitadas.
- En Brasil, uno de los principales objetivos perseguidos fue el de capacitar a la población más necesitada, ofreciéndole herramientas para generar recursos y desarrollar su espíritu emprendedor. Esta acción se plasmó en la donación de 2.400 equipos de panadería artesanal, una iniciativa de enorme éxito, dirigida a personas de los sectores más pobres del estado de Sao Paulo, y en la alianza con una entidad de concepción de microcréditos.
- En Portugal, el Grupo Totta ha aportado durante 2002 la cantidad de 821.290 euros a distintos proyectos en cuatro áreas de actuación social: Conocimiento y Enseñanza; Cultura y Promoción Artística; Promoción de la Salud y Deporte y Solidaridad.
- Santander Serfin, en México, creó en 1994, por iniciativa de los empleados, el programa Por los Niños de México, que permite reunir y canalizar fondos que posteriormente son donados a instituciones especializadas en salud, educación y alimentación. Desde la constitución del fideicomiso, hasta el 31 de enero de 2002 los empleados y jubilados del grupo realizaron aportaciones por un total de 800.000 euros apoyando a 65 Instituciones de Asistencia diferentes. En los últimos tres años la aportación ha sido de 528.400 euros.



Por los niños de México, México

Proyectos de preservación del Patrimonio Cultural

Altamira, España

En julio de 2001 se inauguró el Museo y Centro de Investigaciones Altamira. Para su desarrollo se creó el Consorcio para Altamira, formado por el Ministerio de Educación y Cultura, el Ministerio de Hacienda, el Gobierno Regional de Cantabria, el Ayuntamiento de Santillana del Mar y la Fundación Marcelino Botín.

La réplica de las salas de policromos y el Museo interactivo y didáctico, acompañados por piezas originales y reproducciones exactas del paleolítico han convertido al Museo en uno de los más visitados de España.

Además de la inversión realizada por la Fundación, el Banco ha invertido 3 millones de euros en el desarrollo informático del proyecto.

Centro Cultural Porto Alegre, Brasil

El emblemático edificio de principios del siglo pasado, situado en Porto Alegre, antigua sede de instituciones financieras, ha sido reconvertido en un joven centro que reúne múltiples actividades, en especial de arte contemporáneo.

En menos de un año, Santander Cultural se ha consolidado como uno de los mejores centros de cultura de Brasil en el que se han expuesto ya obras de 30 artistas y se han promovido espectáculos de casi un centenar de músicos.

Banespa ha invertido 4,5 millones de euros en la recuperación del inmueble.

Museo de Indumentaria Indígena, México

Desde hace diez años se elaboran al menos ocho exposiciones al año con el fin de rescatar, conservar y difundir la tradición textil de más de cincuenta grupos étnicos mexicanos. Muchas de estas exposiciones se prestan a otras instituciones culturales del país para lograr una mayor difusión de este modo de cultura.

Este Museo, que es visitado por más de 2.000 personas al mes, cuenta con un completo fondo bibliográfico sobre la cultura textil de los indígenas mexicanos. Santander Serfin ha invertido 40.000 euros en este proyecto de recuperación de un elemento primordial de la cultura indígena.

Festival Música Renacentista: Misiones de Chiquitos, Bolivia

En 1996, a raíz de la iniciativa de la Asociación Pro Arte y Cultura (APAC) y una serie de instituciones privadas y públicas, nació el primer Festival de Música Renacentista y Barroca Misiones de Chiquitos para conmemorar los 50 años de la creación de la UNESCO. Este evento se realiza cada dos años y cuenta con la participación de un numeroso grupo de países de América y Europa, con lo que es el Festival más grande de Iberoamérica.

El Festival se financia con patrocinio corporativo de varias empresas del país. Banco Santa Cruz patrocinó todos los Festivales desde su creación: I Festival 1996; II Festival 1998; III Festival 2000, con unas aportaciones de 15.000 euros.



Panaderías Artesanales, Sao Paulo, Brasil

“ Palmas por la Vida tiene por objetivo el cuidado y control fitosanitario de las palmeras de la ciudad de Caracas ”



Programa Palmas por la Vida, Venezuela

Restauración de la Catedral de la Sé, Brasil

La restauración de la Catedral de la Sé, en Sao Paulo, principal templo católico de Brasil, comenzó en 1999 y durante tres años estuvo cerrada al público. Banespa contribuyó con una aportación de 219.000 euros.

Museo de Arte Contemporáneo MAC, Brasil

Uno de los proyectos más innovadores desarrollado con la ayuda del Grupo Santander, y para el que invirtió más de 273.000 euros, fue la creación de un archivo virtual del Museo de Arte Contemporáneo MAC en Brasil. Con este proyecto se consiguió facilitar el acceso a las obras más importantes de arte moderno del país.

Museo de Banespa, Brasil

Desde 1965, año de su creación, el Museo de Banespa ha sido un referente por su política de preservación del acervo artístico y cultural de Brasil. Tras reunir el material disperso por todos los edificios del Banco, el patrimonio histórico y cultural comenzó a crecer en cantidad y en calidad mediante compras, donaciones o en procedimientos de pago de deudas.

Hoy el museo está compuesto por 1.003 obras, 93 fotografías firmadas, 85 esculturas, 66 tapices, 15 tapicerías, 993 objetos y muebles, 279 objetos históricos, 66 aparatos bancarios y documentos históricos. Además, este museo cuenta con la Biblioteca de Banespa, creada en 1948, con 938 volúmenes exclusivamente jurídicos. Esta Biblioteca tiene una participación activa en la sociedad, aceptando donaciones y donando libros para creación de otras bibliotecas.

Actualmente, cuenta con 155.000 publicaciones en las áreas de derecho, economía y finanzas, administración de empresas, arquitectura, historia y geografía, literatura, filosofía y religión. La inversión realizada por Banespa ha ascendido a 219.000 euros.

Museos en Puerto Rico

Santander Puerto Rico tiene un programa de apoyo al Patrimonio Cultural que ha supuesto en los últimos cuatro años la inversión de 100.000 dólares en el Museo de Arte de Puerto Rico, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo de Arte de Ponce y la Bienal de San Juan.

Las fundaciones del Grupo Santander

Las Fundaciones del Grupo desempeñan un papel importante en el desarrollo de las iniciativas de carácter social, medioambiental, cultural, artístico y educativo, así como en la promoción de la investigación científica.

Fundación Santander Central Hispano

A lo largo de 2002 la Fundación ha continuado llevando a cabo su labor artística, humanística y científica con el objetivo de enriquecer la vida colectiva mediante el impulso al crecimiento cultural y científico de nuestro país y la aspiración de continuar siendo un claro referente en los ámbitos de la cultura y las ciencias españolas.

Durante este período, la Fundación ha impulsado especialmente la nueva línea de actuación referida a la conservación del patrimonio natural y cuidado del medio ambiente. Dentro de este ámbito, ha definido sus prioridades en torno a los conceptos del desarrollo sostenible y la conservación del patrimonio natural, con el fin de hacer más habitable nuestro planeta en la actualidad y para las generaciones futuras.

Del conjunto de actividades desarrolladas en 2002 destacan, en primer lugar, las cinco exposiciones de arte celebradas en la sala de Madrid y caracterizadas por la diversidad y originalidad de sus temas, así como por la calidad y selección de las obras expuestas y por el elevado número de visitantes, más de 183.000 en conjunto.

La Fundación prosiguió, como en años anteriores, la tarea de conservar y restaurar las obras que integran la colección del Banco. Asimismo, y con el fin de dar a conocer este patrimonio, se cedieron hasta veinte obras para diversas exposiciones organizadas por otras entidades.

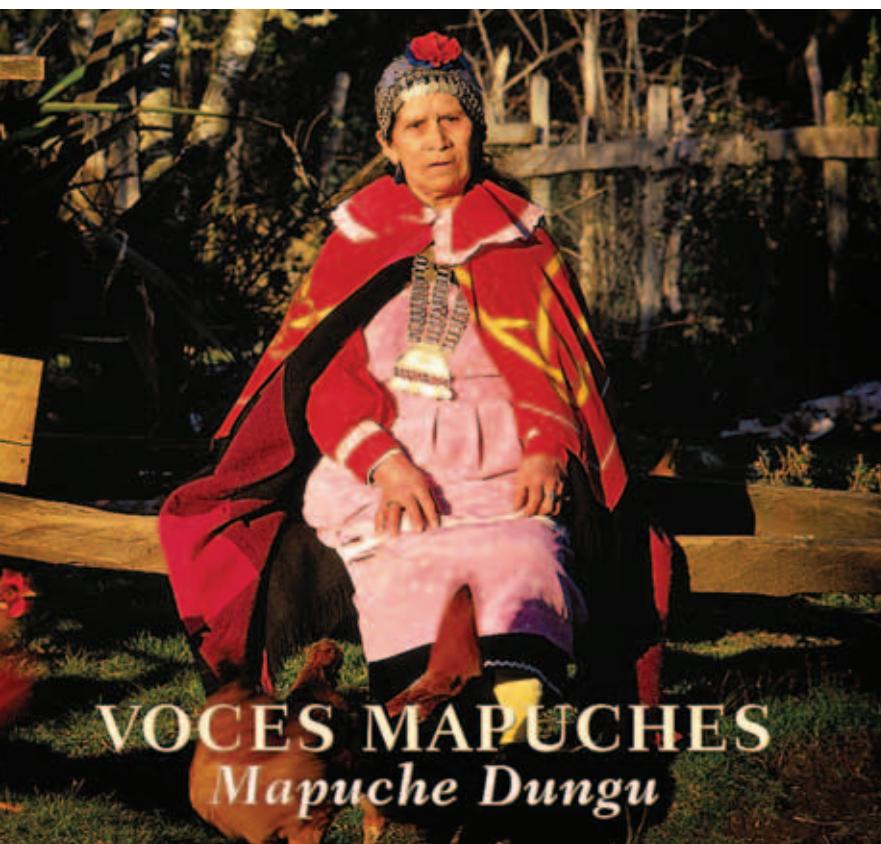
En el marco de la nueva actividad iniciada este año, Sostenibilidad y Patrimonio Natural, se realizaron dos jornadas y se inició una nueva publicación, Cuadernos de Sostenibilidad y Patrimonio Natural.

Por último, en el campo de la investigación científica, culminó el trabajo sobre El Valor Económico de la Lengua Española, que trata de cuantificar el peso de nuestro idioma en el Producto Interior Bruto del país.

Para llevar a cabo esta actividad, la Fundación ha dedicado en el año 2002 un total de 2,4 millones de euros, lo que ha permitido difundir la labor realizada mediante la publicación de los ciclos de conferencias, la revista Moneda y Crédito y los Cuadernos de Sostenibilidad, además de los catálogos de las diferentes exposiciones culturales realizadas.

Fundación Banesto

Es una Fundación de carácter benéfico que tiene por objeto la promoción, desarrollo y ejecución de actividades de carácter cultural y social. Esta Fundación gestionó durante 2002 un presupuesto de 800.000 euros.



Portada del libro Voces Mapuches, Chile

Fundación Banco de Venezuela Grupo Santander

Con más de tres décadas de intensa actividad a favor de la comunidad venezolana, la Fundación es la institución privada más antigua del país en su género.

Sus principales esfuerzos se dirigen a la realización de proyectos educativos, medioambientales y sociales, mediante el apoyo a organizaciones sociales de todo el país y la canalización de recursos a través del programa Dividendo Voluntario para la Comunidad (DVC) para la construcción de escuelas rurales.

En el marco de programas sociales, la Fundación coordinó la venta de entradas del Gran Bono de la Salud y del Super Bingo de la Bondad, a través de la red de oficinas del Banco de Venezuela en todo el territorio nacional, conjuntamente con la Sociedad Anticancerosa y la Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil.

Como continuación del Programa de Donaciones, merece especial mención la otorgada al Hospital San Juan de Dios, para la financiación de intervenciones quirúrgicas, además de apoyar la labor que ha venido desarrollando dicha institución en pro de los niños sin recursos. De igual forma, se vieron beneficiadas la Red de Casas Don Bosco, la Fundación Amigos Niños con Cáncer, la Sociedad Audubon de Venezuela, la Sociedad Anticancerosa de Venezuela, y la Fundación Acción Social de la Alcaldía de Caracas, entre otras.

La Fundación realizó una campaña denominada Un Pupitre para Apure y, en coordinación con el Dividendo Voluntario para la Comunidad, se han unido esfuerzos para lograr el mantenimiento de 5 escuelas rurales.

Entre las acciones destinadas a conservar el medio ambiente destaca la campaña Palmas por la Vida, así como el mantenimiento de áreas verdes. En el ámbito cultural se patrocinaron diversos eventos entre los que destaca el VI Festival de Cine Español 2002, la exposición La Navidad en Venezuela y el Mundo y el Festival Francia – Venezuela 2002.

En 2002, la Fundación ha llevado a cabo programas y donaciones por valor de 633.000 euros.

Fundación Centro Internacional de Formación Financiera

Creada en julio de 2001 por iniciativa del Grupo Santander y la Universidad de Alcalá, pretende ser referencia de la realidad política y económica española e iberoamericana, así como lugar de encuentro y sensibi-

lización de todos aquellos profesionales del mundo empresarial interesados en potenciar su conocimiento de ambas realidades.

La inversión durante 2002, destinada a la consolidación de la estructura y al desarrollo de sus primeras actividades, ascendió a 300.000 euros, que se destinaron a dotación de infraestructuras, apertura de las primeras actividades *in company* a otras empresas, ampliación del número de patronos, establecimiento de las primeras alianzas estratégicas e identificación de proyectos.

Durante el año se han desarrollado una veintena de programas, entre cursos de master, programas superiores y cursos *in company*, con un total de 91.699 horas impartidas y 1.101 alumnos, de los que 970 eran empleados del Grupo. Han participado 175 profesores, de los que 74 pertenecían a la Universidad de Alcalá.

Voces Mapuches / Mapuche Dungu

El pueblo mapuche es una de las etnias originarias más numerosas de América. Su cultura milenaria contiene el legado de los antiguos cazadores, recolectores y horticultores de los bosques templados del sur de Chile, junto con las aportaciones hispánicas recibidas en los últimos siglos.

Los mapuches, que llegaron a extenderse más allá de la Cordillera de los Andes y a influir fuertemente en los pueblos indígenas de las pampas argentinas, son hoy alrededor de un millón de personas, la mitad de las cuales vive en las ciudades de Santiago y Temuco. Poseedores de una cultura fuertemente enraizada, tienen una lengua propia, el mapudungun, que ha sobrevivido con firmeza a los embates del castellano.

De creencias animistas, los mapuches constituyen uno de los más destacados ejemplos de culturas "no industriales" que, a través de la tradición oral, mantienen una profunda identificación con su tierra y sus paisajes, por cuya conservación han trabajado sin descanso.

El libro Voces Mapuche, que fue editado en 2002 por el Museo Chileno de Arte Precolombino con el patrocinio del Banco Santander y del Banco Santiago, es una cuidada recopilación bilingüe, mapudungun- español, de poemas, cantos y narraciones de este pueblo singular, junto con dibujos y xilogravías de Santos Chávez, un eminentemente fallecido artista mapuche.

“ El Grupo ha incorporado su compromiso con el entorno en su estrategia y en su gestión ”

“ Se han adoptado medidas de ahorro de energía y reciclado en la actividad del Banco ”

“ El medio ambiente está también presente en la concesión de créditos y en nuevos productos, así como en las exigencias a proveedores ”

“ La Ciudad Grupo Santander será un modelo urbanístico de preocupación medioambiental ”

Nuestra política medioambiental

Desde 2002, el Grupo Santander cuenta con una Política Ambiental plasmada en un documento difundido de manera interna y accesible al público a través de la web corporativa. En este documento se recoge nuestro compromiso de integrar en la estrategia y en la gestión del Grupo, la protección y el respeto al medio ambiente.

Este compromiso quedaba patente, de manera explícita, al adherirnos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, tres de cuyos nueve puntos se refieren al medio ambiente y al desarrollo sostenible, y al formular nuestro Plan de Responsabilidad Social, cuatro de cuyas medidas hacen referencia, directa o indirectamente, a esta cuestión.

Pero la preocupación por el futuro del planeta no puede ser sólo un compromiso genérico del Grupo, sino que requiere también del esfuerzo por parte de todos y cada uno de los empleados en su actividad diaria, con el objeto de integrar en la misma, de manera natural, unas determinadas pautas responsables de actuación medioambiental.

Con objeto de hacer operativo el compromiso medioambiental, el Grupo Santander ha puesto en marcha iniciativas con las que se adelanta a otras entidades financieras.

Estas iniciativas persiguen varios objetivos:

- Reducir el efecto sobre el entorno de la propia actividad empresarial.
- Establecer una política de concesión de créditos más activa y sistemática en el análisis del impacto medioambiental de las empresas y proyectos financiados.

- Facilitar a clientes e inversores la posibilidad de disponer de productos de inversión basados en criterios sostenibles.
- Apoyar proyectos de protección y conservación del medio ambiente.

Impacto directo sobre el medio ambiente

El Grupo Santander ha comenzado a aplicar medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental derivado de sus propias actividades. Son actuaciones que, al aplicarse de forma general en un gran grupo, pueden tener efectos globales muy significativos.

En este sentido es clave la reducción de *inputs* y *outputs* mediante una gestión eficiente de los procedimientos internos.

Uno de los principales *inputs* de la actividad bancaria es el consumo de papel (cada español consume al año 141 kilos de papel/cartón y solamente un 41% se destina al reciclaje). De ahí que hayamos puesto en marcha un programa de eficiencia en relación con este recurso basándonos en la adopción de medidas para la reducción del consumo de papel.

Para ello, hemos implementado el Plan de las Tres Erres (Reciclar, Reducir, Reutilizar), destinado a reducir nuestra generación de residuos que, de acuerdo con la evaluación realizada, supone un kilogramo por persona y día, y ha supuesto en España, durante el pasado año, el consumo de 8.000 toneladas de papel (6.000 en envíos a clientes y 2.000 en consumo propio).

Concretamente, y en lo que al consumo interno se refiere, se trata de adoptar medidas tan simples como fotocopiar o imprimir las dos caras del papel, el uso de archivos infor-

máticos en lugar de archivos de papel, la racionalización del papel blanco y el mayor uso del reciclado. En este ámbito se sitúan también el fomento de otras medidas como sustituir las comunicaciones internas en soporte papel por comunicaciones a través de correo electrónico o que toda la documentación interna del Banco sea accesible vía Intranet, como alternativa a su distribución en papel.

Se han adoptado medidas concretas en tres direcciones complementarias:

- Para limitar los envíos a clientes, se han racionalizado los envíos de documentación y se han eliminado las duplicidades. Se estima un ahorro de 400 toneladas, que equivalen aproximadamente a 6.000 árboles.
- Para reducir nuestro propio consumo, se han racionalizado los impresos, se han instalado máquinas multifunción (fotocopiadora, fax y correo electrónico) y se han racionalizado los listados de envío. Con estas acciones se prevé ahorrar un 25% del consumo actual.
- Para recuperar y reciclar papel, se ha incrementado ya el consumo de papel reciclado, que ha pasado del 20,63% en 2001 al 23,4% en 2002, y se ha comenzado a sistematizar la recogida de papel en los centros de trabajo. Sirva como dato que el edificio de la avenida de San Luis, en Madrid, se han recogido en dos meses 35 toneladas, lo que equivale a 486 árboles, y se procederá a la selección de papel en el archivo central, lo que supone un reciclaje de otras 500 toneladas.

Estas medidas, iniciadas en España, tienen ya su correspondencia en otros países.

Así, por ejemplo, en Brasil se han puesto en marcha diversos proyectos encaminados a conseguir un uso más racio-

(sigue en la página 74)



“ En la Ciudad Grupo Santander han primado dos consideraciones fundamentales: las condiciones de trabajo de los empleados y los aspectos medioambientales ”

Ciudad Grupo Santander: un modelo de desarrollo sostenible

La Ciudad Grupo Santander, donde el Grupo concentrará sus servicios centrales, empezó a construirse en el primer trimestre de 2002 y estará operativa en el primer trimestre de 2004. Se trata de un complejo urbanístico, ubicado en la localidad madrileña de Boadilla del Monte, que contará con los más avanzados estándares urbanísticos y tecnológicos.

En la Ciudad Grupo Santander han primado dos consideraciones fundamentales: favorecer al máximo las condiciones de trabajo de los empleados y cuidar los aspectos medioambientales relativos a la conservación del entorno.

La Ciudad ocupa una extensión de 160 hectáreas, de las que 100.000 metros cuadrados se destinan a edificios de oficinas con capacidad para 6.000 empleados y 4.500 plazas de garaje. El espacio útil por empleado será de 13 metros cuadrados, frente a los 9 de media actual.

Cuenta con una residencia con capacidad para 168 personas, un centro de formación para 600 alumnos en el que se impartirán más de 600.000 horas lectivas anuales, una biblioteca de 350 m² y un auditorio para 1.000 personas.

El Centro de Proceso de Datos dispondrá de dos instalaciones con perfecta redundancia y máxima seguridad, situados bajo tierra y con distancia entre ellos de más de dos kilómetros. La inversión total en tecnología supera los 105 millones de euros.

Dispondrá de la más moderna escuela infantil de España, con capacidad para 400 niños, una zona comercial de 10.000 metros cuadrados y 15.000 metros cuadrados de instalaciones deportivas, que incluye un campo de golf de 18 hoyos.



Las medidas de carácter medioambiental que se han incluido en el proyecto de Boadilla abarcan varios aspectos:

- Recuperación de un terreno degradado por la erosión: el terreno donde se instalará la Ciudad Grupo Santander se encuentra empobrecido por años de degradación y abandono. La actuación para su regeneración incluye:

- Plantación de vegetación autóctona que no requiera aportes extras de humedad junto a creación de formaciones vegetales que minimizan la exposición de los suelos desnudos.

- Control de la salinización del suelo.

- Conservación de los escasos vegetales singulares existentes.

- Creación de zonas de anidación, alimentación o estancia de distintas especies animales.

- Clasificación y reciclado de residuos: se establecerá un sistema basado en:

- La reducción y eliminación de residuos en origen, estableciendo puntos limpios en cada edificio.

- El fomento de la reutilización y el reciclado de las materias contenidas en los residuos.

- Reducción del consumo de energía mediante tres grandes bloques de medidas:

- Uso correcto de materiales: aislamientos térmicos, terrazas ajardinadas, vidrios tintados dobles...

- Orientación, geometría y protecciones exteriores: auto-protección de fachadas, protectores solares, geometría favorecedora de la luz natural...

- Tecnologías que ahoran energía: aire acondicionado con sistema *free cooling*, acumuladores, calderas de alto rendimiento, lámparas de tecnología avanzada, aprovechamiento de la luz solar...

- Reducción del consumo de bienes escasos. Seremos rigurosos en el consumo de agua, mediante:

- Un sistema de aire acondicionado mixto con condensación que reduce su consumo y mejora la calidad del aire.

- El riego de ajardinamiento por sistema de goteo.

- El uso de agua reciclada para el riego del campo de golf y las zonas ajardinadas.

La Ciudad Grupo Santander supone una de las más modernas iniciativas urbanísticas de Europa con beneficios muy destacados:

- Para los empleados, que verán mejorada la calidad del puesto de trabajo y la interacción entre compañeros y departamentos y dispondrán de servicios de apoyo –comerciales, culturales y deportivos– de primer orden.

- Para el entorno, con un nivel de edificabilidad muy inferior al de la zona. El 40% del terreno adquirido se destina a aprovechamiento municipal y otros usos y el 80% de la superficie total no estará edificada, siendo su destino fundamental el de zona verde. A ello hay que sumar la dinamización de la comarca y la repercusión sobre el empleo.

(viene de la página 71)

nal de la energía eléctrica, a la sustitución de aparatos de aire acondicionado menos ruidosos y contaminantes, y a la reducción de combustibles, que han supuesto una inversión cercana a los 5 millones de euros.

También en Chile se han emprendido algunas iniciativas singulares. Entre otras, cabe destacar, en lo que a ahorro de energía se refiere, la sustitución de los sistemas de iluminación incandescentes por sistemas fluorescentes de bajo consumo o la instalación de sistemas de control de la iluminación. En relación con el ahorro de papel, se ha puesto en marcha la campaña Cero Papel dirigida a los empleados.

En Puerto Rico se han llevado a cabo iniciativas para reducir el consumo de energía eléctrica, sustituyendo los equipos de aire acondicionado por otros más eficientes y revisando sus circuitos eléctricos y sus sistemas de iluminación interna.

Otros países que han iniciado planes de reducción de consumo de papel son Perú y Colombia. Este último

cuenta con programas adicionales para reducir el consumo de energía eléctrica y de agua.

Respecto a los *outputs*, cobra especial importancia la necesidad de reducir nuestras emisiones a la atmósfera. En este sentido, es de destacar que nuestro nivel de emisión de CO₂, en los últimos cuatro años, ha descendido considerablemente.

El control y seguimiento que realizamos de estas emisiones es clave para su reducción sistemática.

En la misma dirección, nos hemos propuesto, para los principales centros de trabajo, la obtención de la certificación ISO 14.001, que acredita el máximo grado de cumplimiento en materia medioambiental. Nuestro objetivo es obtenerla a lo largo de 2003 en las sedes de Bandera (Chile), Santa Fe (México) y Hato Rey (Puerto Rico) y, en 2004, la Ciudad Grupo Santander contará también con esta certificación.

Evolución del consumo de energía, generación de residuos y consumo de agua en España

	2001	2002
Utilización de energía (total Gigajulios)	590.484	566.388
CO ₂ (Toneladas) – TOTAL	82.329,86	78.713,83
CO ₂ (Tn) Calefacción y electricidad	69.715,46	66.870,64
CO ₂ (Tn) Vehículos	5.174,40	4.915,68
CO ₂ (Tn) Aviones	7.440,00	6.927,51
Residuos a vertedero (%)	-	29,39%
Residuos reciclados o reutilizados (%) (*)	-	70,61%
Consumo de agua (miles de m ³)	1.139	1.165

(*) Recogida de elementos contaminantes (pilas, fluorescentes) - Sin datos actualmente.

Impacto del riesgo medioambiental de nuestra actividad con terceros

Análisis de los riesgos medioambientales

La política de concesión de préstamos del Banco, caracterizada por su rigor y efectividad, ha comenzado a incorporar, con carácter sistemático, criterios de protección y respeto al medio ambiente en todas las operaciones de análisis de crédito a clientes.

En Santander Central Hispano se entiende que el análisis del riesgo medioambiental no consiste sólo en valorar si nuestros clientes son susceptibles de sufrir contingencias derivadas de causar daños al medio ambiente con su actividad (con la consiguiente posibilidad de multas, paralización temporal de la empresa y rechazo social). Esta visión sería parcial y, aunque de indudable utilidad, ya vendría formando parte de reglas establecidas de análisis, cuya finalidad consistiría en advertir posibilidades o sucesos que hagan peligrar los beneficios de la empresa y su supervivencia.

El análisis del riesgo medioambiental consiste en evaluar, además, si las empresas y sus estrategias están enfocadas hacia el concepto más ambicioso de ecoeficiencia (la triple dimensión de la sostenibilidad, inversión socialmente responsable...).

No se trata de una expresión de altruismo sino del reconocimiento y adaptación a una realidad, afortunadamente en imparable ascenso, al margen de la cual resultará muy difícil la supervivencia de cualquier empresa.

Nuestro objetivo es sistematizar el análisis del impacto medioambiental en el estudio de las operaciones a clientes. Para ello, estamos implantando una herramienta automatizada de análisis y apoyo que permitirá mejorar el control del efecto sobre el medio ambiente de los proyectos y empresas que financiamos.

Además, están en marcha otra serie de medidas como la inclusión en *rating* de valoraciones del comportamiento medioambiental, con calificación específica y umbral de tolerabilidad, la exigencia a clientes de determinado tipo de documentación en la materia (ISO, ENA...) o la inclusión de cláusulas específicas en documentos contractuales.

Así, Banco Santander Puerto Rico tiene implantado desde 1995 un procedimiento para el control de riesgos ambientales. Cuenta, además, con consultores ambientales externos que, junto con la prestación de asesoramiento en la materia, efectúan auditorías ambientales a requerimiento del propio Banco.

Por otro lado, el Banco, en su política de inversiones propias, está empezando a incorporar la evaluación y el estudio medioambiental.

Asesoramiento de inversiones

En la línea de ofrecer alternativas de inversión atractivas, el Grupo comercializa fondos propios y de terceros cuyas consideraciones de inversión siguen criterios de Sostenibilidad, reflejando una preocupación cada vez mayor de inversores particulares e institucionales.

Uno de los productos más significativos en este sentido es el Depósito Ético, comercializado durante el último trimestre de 2002 en España.

El producto garantiza, a un plazo de tres años, un cupón del 3,50% y una participación sobre la rentabilidad de los principales fondos éticos mundiales. Estos fondos se caracterizan porque combinan los objetivos financieros del inversor con sus compromisos sociales.

Este producto, además de sus atractivas características financieras, tenía en cuenta la importancia creciente de los aspectos éticos en el actual mundo de la empresa, lo



que llevó a tomar como subyacente para el producto los principales fondos de inversión éticos del mercado.

La gran mayoría de los fondos de inversión éticos centran sus inversiones en compañías que respeten parámetros referentes al medio ambiente, los derechos humanos, y que no invierten en la industria armamentística, el tabaco, el alcohol, la pornografía o el juego. Los tres fondos seleccionados fueron UBS Eco Performance, Pioneer Global Environmental & Ethical y Mellon European Ethical.

Financiación a proyectos de energía renovable

El Banco ocupa en España una posición de liderazgo en la financiación de parques eólicos, con más de 35 proyectos financiados en los últimos cinco años y una inversión comprometida superior a 250 millones de euros. La potencia de estos parques, 1.108 megavatios, equivale a la cuarta parte de la potencia eólica instalada en España y supondrá un ahorro de emisiones de CO₂ a la atmósfera de 2.770.000 toneladas métricas anuales.

Además, el Banco participa en numerosos proyectos de protección y conservación del medio ambiente, bien directamente o bien con la colaboración de instituciones especializadas o promovida por empleados del Grupo.

En Brasil, el Grupo participa como administrador en dos programas medioambientales, Programa de Control de Polución y el Fondo Estatal de Recursos Hídricos, que tienen por objeto proporcionar apoyo financiero y técnico a sendas iniciativas medioambientales del Estado de São Paulo.

Formación y difusión

Somos conscientes de la importancia que la formación de nuestro personal adquiere para asegurar la consecución de nuestros objetivos.

Una labor de formación y sensibilización previa ha sido definitiva para facilitar la adopción de las nueve medidas del Plan que ya han comenzado a ofrecer frutos interesantes. Para ello, se ha establecido un programa de formación en tres fases que pretende difundir el Plan de Responsabilidad Social Corporativa a todos los empleados del Grupo incluyendo, en las acciones formativas, un capítulo específico dedicado al medio ambiente.

A través de 18 cursos que han contado con 312 asistentes, se ha realizado la formación de gestores y analistas en España y de formadores en Iberoamérica.

Se han incluido módulos dedicados al medio ambiente tanto en los cursos de acceso al Banco, que se realizan con ocasión de la incorporación de un nuevo empleado, como en los cursos de capacitación o promoción.

Asimismo, es importante dar a conocer este compromiso. En este sentido, el Grupo, como medio para difundir su adhesión al Pacto Mundial, está enviando a sus proveedores en todo el mundo un compromiso social y medioambiental que promueve que todos ellos conozcan tales principios. Se trata con ello de fomentar una cadena de adhesiones de un número creciente de empresas a los principios del Pacto.

Además, en la homologación de sus proveedores, el Grupo tiene en cuenta la aceptación de los nueve principios contenidos en el Pacto Mundial y bonifica o prima a aquellos suministradores que, en igualdad de ofertas, demuestren una especial sensibilidad social y medioambiental.

El papel de nuestra Fundación

La Fundación Santander Central Hispano ha iniciado una nueva línea básica de actuación en torno a la conservación del patrimonio natural y el cuidado del medio ambiente. Se trata de un ámbito en el que la Fundación quiere involucrarse de forma activa llevando a cabo una extensa labor educativa y divulgativa, colaborando con todos los agentes para lograr un modelo armónico de desarrollo económico, social y ambiental.

En consonancia con estos principios, en el año 2002 y coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente, la Fundación organizó unas jornadas sobre Desarrollo Sostenible que quedaron recogidas en el primer número de Cuadernos de Sostenibilidad y Patrimonio Natural, publicación que recogerá y divulgará periódicamente aquellas jornadas, debates o encuentros celebrados en sintonía con estas ideas.

Convenios firmados en España en materia medioambiental

ENERSUN	Financiación de proyectos de desarrollo y puesta en marcha de energías alternativas
Depuralia	Financiación de proyectos de depuración de aguas residuales
I.D.A.E. (Instituto para Diversificación y el Ahorro de Energía)	Anticipo de la subvención que concede este organismo a los usuarios finales de instalaciones de placas solares para producción de energía térmica y fotovoltaica
K-Consulting	Ahorro del consumo energético en aquellos clientes del Banco que contraten el servicio de asesoramiento de la consultora

Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización independiente nacida en 1997 cuyo objetivo es elaborar unas directrices de aplicación voluntaria para toda clase de entidades (empresas, fundaciones, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales) que informen sobre la dimensión económica, social y medioambiental de sus actividades, productos y servicios. GRI es colaborador oficial del Programa Medioambiental de las Naciones Unidas y del Programa Global Compact elaborado por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan.

Sostenibilidad

Es la actividad económica que satisface las necesidades de la generación presente sin afectar a la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

Stakeholders

Este término engloba a todas aquellas terceras partes, ya sean personas físicas, jurídicas o colectivos que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de una empresa, sus productos o servicios (clientes, accionistas, empleados, proveedores, sociedad, entre otros).

FTSE4Good

El FTSE4Good es un índice, elaborado por FTSE (Financial Times Stock Exchange, es una entidad independiente que crea y gestiona índices bursátiles en todo el mundo), del que forman parte compañías que ya están en los cuatro grandes índices de FTSE y que, además, cumplen con una serie de requisitos medioambientales, de diálogo con los *stakeholders* y de respeto a los derechos humanos. Santander Central Hispano es, junto con Telefónica, el único valor español presente en el FTSE4Good Europe 50, que engloba a las 50 mayores empresas socialmente responsables de Europa.

Dow Jones Sustainability Index

El Dow Jones Sustainability Index es un índice, elaborado por Dow Jones, STOXX y SAM, del que forman parte compañías que ya están en el Dow Jones STOXX 600 Index y que, además, cumplen con una serie de requisitos en materia de Sostenibilidad. El índice incluye 148 valores europeos. Santander Central Hispano es uno de los siete valores españoles que forman parte del índice.

Calidad

Conjunto de actuaciones orientadas a alcanzar la satisfacción de los clientes y aumentar su fidelización con criterios de eficiencia económica.

ISO 9001

Es una norma internacional que especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.
- Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la mejora continua y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

ISO 14001

Es una norma internacional que especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión medioambiental y que permite a la organización contar con una mejor gestión de los impactos medioambientales de su actividad, cumplir con los requisitos legales y facilitar la consecución de objetivos medioambientales.

Inputs

Son aquellas entradas a la empresa en forma de energía o materiales que, mediante una política sostenible, se fomenta que sean respetuosas con el medio ambiente. Entre otras medidas se encuentran la compra de papel sin cloro y reciclado y el empleo de maquinaria de bajo consumo eléctrico.

Outputs

Son aquellas salidas de la empresa en forma de emisiones de gases y residuos, entre otras, y que, con una política sostenible, se fomenta que sean respetuosas con el medio ambiente. Entre estas actividades se encuentran el control de las emisiones de gases generadas y el reciclaje de papel, tóners y materiales diversos.

Información de carácter general

1. Visión y Estrategia del Grupo Santander en relación con el desarrollo sostenible	
Declaraciones del Presidente	2 a 6, 14 a 17
2. Descripción del Grupo	6 a 13
3. Principales stakeholders y relación con el banco	10 a 13, 15, 30, 40, 50, 52, 70
4. Ámbito y alcance de la memoria	2, 3
5. Estructura de gestión y de Buen Gobierno	30 a 33, 36 a 39

Indicadores de comportamiento

1.- Indicadores Económicos

EC-1: Margen de explotación	7
EC-2: Desglose geográfico de los principales mercados	8, 9
EC-3: Coste de compras	n.d.
EC-4: Porcentaje de contratos pagados en las condiciones acordadas	50
EC-5: Salarios y nóminas totales desglosado por países	n.d.
EC-6: Pagos a los proveedores de capital	50
EC-7: Aumento/reducción en reservas al final del período	10
EC-8: Impuestos de cualquier tipo pagados, desglosados por países	n.d.
EC-9: Subvenciones recibidas desglosadas por país	n.a.
EC-10: Donaciones a la comunidad, sociedad civil	52 a 69
EC-11: Detalle de proveedores que representan más del 10% del total de compras y países en los que el total de compras supere el 5% del PIB	51
EC-12: Inversiones en infraestructuras no relacionadas con la actividad	43, 72, 73
EC-13: Indicadores de impacto económico indirecto	n.d.

2.- Normas laborales y condiciones de trabajo

LA-1: Desglose de la plantilla	41
LA-2: Creación neta de empleo y rotación media de la plantilla por país	41
LA-3: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos, desglosados por países	47
LA-4: Política y procedimientos existentes en el banco para informar, consultar y negociar cambios profundos en la organización	n.d.
LA-5: Prácticas sobre registro y notificación de accidentes de trabajo y enfermedades	43
LA-6: Comités conjuntos Dirección y Trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	n.d.
LA-7: Ratios de accidentes, días perdidos, absentismo y accidentes fatales	43

n.d.: indicadores no disponibles para el conjunto del Grupo Santander

n.a.: indicadores no aplicables por la naturaleza de la actividad del Grupo Santander

	PÁGINA
LA-8: Programas, dentro y fuera del lugar de trabajo, anti SIDA	43
LA-9: Horas media de formación profesional por año y por categoría profesional	46, 47
LA-10: Política de igualdad de oportunidades	44, 45
LA-11: Composición de la alta dirección y de los órganos de gobierno corporativo (ratio hombres/mujeres y diversidad nacional y cultural)	n.d.
LA-12: Ventajas laborales más allá de las legalmente establecidas	43, 44
LA-13: Representatividad de los trabajadores en los órganos de gestión	n.d.
LA-14: Evidencia de cumplimiento significativo con las normas de la OIT sobre Salud y Seguridad en el Trabajo	n.d.
LA-15: Acuerdos con sindicatos y organizaciones laborales sobre salud y seguridad en el trabajo	n.d.
LA-16: Programas de formación en apoyo de la continuidad laboral de empleados y para colaborar en terminación de carrera profesional	46
LA-17: Políticas y programas de formación para gestión de capacitación y aprendizaje a lo largo de la vida laboral	42, 46
3.- Derechos Humanos	
HR-1: Políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos para tratar todos los aspectos de derechos humanos relevantes a la actividad del banco	16, 17, 41
HR-2: Evidencia de que se tiene en cuenta el impacto de derechos humanos a la hora de tomar decisiones de inversión o abastecimientos, incluyendo selección de proveedores	29, 51
HR-3: Políticas y procedimientos para evaluar el respeto a los derechos humanos en la cadena de proveedores	50, 51
HR-4: Políticas y procedimientos para evitar la discriminación en el trabajo	41, 44, 45
HR-5: Política de libertad de asociación y grado en el que esta política se aplica universalmente, al margen de las normativas locales	41
HR-6: Política de exclusión del trabajo infantil	17, 41
HR-7: Política de prevención del trabajo forzado y obligado	17, 41
HR-8: Formación a empleados sobre políticas y prácticas de derechos humanos relevantes a la actividad del banco	16, 42
HR-9: Prácticas para recursos y reclamaciones, incluyendo pero no limitadas, los problemas de derechos humanos	48, 49
HR-10: Política de no represalias y sistema efectivo y confidencial para quejas de empleados	48, 49
HR-11: Formación en derechos humanos para personal de seguridad	51
HR-12: Políticas, directrices y procedimientos para tratar las necesidades de las poblaciones indígenas	40
HR-13: Mecanismos mixtos banco/comunidad para atender quejas de la comunidad local	23 a 26
HR-14: Porcentaje de los ingresos que se redistribuyen en las comunidades locales en la zona en que se obtienen	52 a 69

4.- Sociedad

SO-1: Política para gestionar el impacto de las actividades del banco en las áreas afectadas por sus actividades	59 a 69
SO-2: Política, procedimientos y mecanismos para el banco y los empleados para evitar el soborno y la corrupción	29
SO-3: Política, procedimientos y mecanismos para el banco y los empleados para controlar el lobby político y las donaciones a partidos políticos	n.a.
SO-4: Premios recibidos relevantes a comportamiento social, ético y medioambiental	19
SO-5: Cantidades de dinero pagadas a partidos políticos o organizaciones que apoyan o subvencionan partidos políticos o candidatos	n.a.
SO-6: Sentencias judiciales en casos anti trust o regulaciones monopolísticas	n.a.
SO-7: Política, procedimientos y mecanismos para prevenir conductas anti competencia	n.a.

5.- Responsabilidad de producto

PR-1: Política para proteger la salud y seguridad del cliente en el uso de sus productos y servicios	n.a.
PR-2: Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento respecto a información y etiquetado de productos	20, 27 a 29
PR-3: Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento para proteger la privacidad del cliente	20, 21
PR-4: Multas por incumplimiento de normas de salud y seguridad	n.a.
PR-5: Quejas atendidas por autoridades relativas a salud y seguridad de productos	n.a.
PR-6: Código voluntario de normas sobre salud y seguridad de productos y premios recibidos	n.a.
PR-7: Número y tipos de casos de no cumplimiento con normas relativas a información de productos, incluyendo multas por incumplimiento	n.a.
PR-8: Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento respecto satisfacción del cliente	22 a 25
PR-9: Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento de adhesión a códigos voluntarios de publicidad	21
PR-10: Número y clases de infracciones de normas de publicidad y marketing de productos	n.a.
PR-11: Número de quejas relativas a privacidad	21

PÁGINA

6.- Medioambiente

EN-1: Materiales utilizados excepto agua	n.a.
EN-2: Porcentaje de materiales utilizados que son residuos (procesados o sin procesar) de fuentes ajenas	n.a.
EN-3: Consumo de energía	74
EN-4: Uso indirecto de energía	n.a.
EN-5: Consumo de agua	74
EN-6: Localización y superficie de suelo en propiedad, leasing o gestión situado en hábitats de alta biodiversidad	n.a.
EN-7: Impacto de productos y servicios en la biodiversidad de entornos terrestres, acuíferos y marinos	n.a.
EN-8: Emisiones de gas efecto invernadero	74
EN-9: Emisiones de substancias que afectan a la capa de ozono	n.a.
EN-10: Emisiones de NOx, SOx y otros gases contaminantes	n.a.
EN-11: Producción total de residuos y forma de reciclaje	n.a.
EN-12: Clases de aguas residuales	n.a.
EN-13: Vertidos de productos químicos, petróleo y fuel en número y volumen	n.a.
EN-14: Impacto medioambiental de productos y servicios	n.a.
EN-15: Porcentaje del peso de los productos vendidos que es reciclabl e o reutilizable al final de la vida útil del producto y porcentaje que se recicla o reutiliza	n.a.
EN-16: Incidentes y multas por no cumplimiento con normas medioambientales	n.a.
EN-17: Iniciativas para utilizar energías renovables o aumentar la eficiencia de la utilización de energía	70, 71, 74
EN-18: Consumo anualizado de energía de los principales productos	n.a.
EN-19: Otro uso indirecto de energía	n.a.
EN-20: Fuentes de agua utilizadas y ecosistemas/hábitats afectados por su uso	n.a.
EN-21: Consumo anual de agua como porcentaje de la cantidad de agua anual renovable de la fuente utilizada	n.a.
EN-22: Reciclamiento y reutilización de agua	n.a.
EN-23: Superficie total de suelo en propiedad, leasing o gestión para actividades productivas o extractivas	n.a.
EN-24: Superficie de tierra impermeable como porcentaje de la superficie de tierra en propiedad o en leasing	n.a.
EN-25: Impacto de la actividad en áreas protegidas	n.a.
EN-26: Cambios en el hábitat como resultado de actividades y porcentaje de hábitat protegido o restaurado	n.a.
EN-27: Objetivos y programas para proteger y restaurar ecosistemas nativos y especies en áreas degradadas	n.a.
EN-28: Número de especies en peligro de extinción con hábitats en zonas afectadas por las operaciones	n.a.
EN-29: Unidades de negocio con operaciones en curso o en proyecto en zonas protegidas o en sus alrededores	n.a.
EN-30: Emisiones indirectas de gas efecto invernadero	n.a.
EN-31: Producción, transporte, importación o exportación de desechos peligrosos según la Convención de Basilea	n.a.
EN-32: Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats relacionados afectados por vertidos de aguas residuales	n.a.
EN-33: Comportamiento de proveedores en materia medioambiental	50, 51, 77
EN-34: Impacto medioambiental de transporte de mercancías por razones logísticas	n.a.
EN-35: Inversión en medioambiente	70 a 74

Este informe está impreso en papel ecológico y ha sido fabricado mediante procesos respetuosos con el medio ambiente.

© Junio 2003, Santander Central Hispano
Diseño y realización: _nuevacocina_diseño y comunicación
Fotografías: archivo Santander Central Hispano, Javier Vázquez y Fernando López
Impresión: Litofinter, S.A.
Depósito Legal: M-29.306-2003

