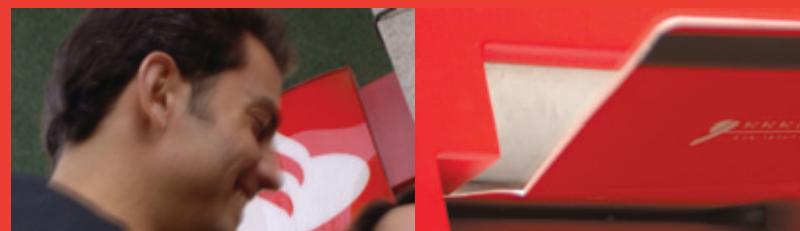




Memoria de Sostenibilidad 05

La Responsabilidad Social
Corporativa en Santander



Actividad sostenible



Estructura sostenible



Entorno sostenible

Visión

Hacia un Banco global

Santander quiere consolidarse como un gran Grupo financiero internacional, que da una rentabilidad creciente a sus accionistas y satisface todas las necesidades financieras de sus clientes. Para ello cuenta con una fuerte presencia en mercados locales que combina con políticas corporativas y capacidades globales.

Valores

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.

Innovación

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

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.

Orientación comercial

El cliente es el foco de nuestra estrategia. Aspiramos a mejorar de manera continua la captación, la satisfacción y la vinculación de clientes a través de una amplia oferta de productos y servicios, y de la mejor calidad de servicio.

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.

Ética profesional

Más allá del estricto cumplimiento de las leyes, de los Códigos de Conducta y de las normas internas, se exige a todos los profesionales del Santander actuar con máxima honestidad y transparencia, anteponiendo siempre el interés del Grupo a la posición personal.

Alcance

La presente Memoria de Sostenibilidad es el cuarto documento anual que publica el Santander dando cuenta de sus compromisos en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Cubre todas las actividades del Grupo en los países donde está presente y se centra en las actuaciones llevadas a cabo durante el año 2005.

Para la elaboración de esta memoria, el Santander ha tenido en cuenta las normas legales vigentes y las directrices y recomendaciones efectuadas por organizaciones internacionales de referencia como Global Reporting Initiative (GRI) y Global Compact y AccountAbility AA1000. Igualmente ha incluido información relevante para los índices de inversión socialmente responsable (FTSE4Good y DJSI, entre otros) y agencias de rating (Standard&Poors y Deminor, entre otras).

La elaboración de la presente Memoria ha tenido en cuenta las recomendaciones emanadas del Estudio de Materialidad 2005 realizado por la consultora KPMG para el Santander conforme a los estándares de AA1000, a través del cual se han identificado los principales temas de preocupación para nuestros grupos de interés así como los aspectos susceptibles de mejora en la información proporcionada.



La Sostenibilidad en el Santander

Las relaciones con los grupos de interés –clientes, accionistas, empleados y la sociedad– así como la protección del medio ambiente y, muy especialmente, la colaboración con las Universidades, forman parte de la estrategia del Banco desde hace años y contribuyen a que el Santander sea una empresa con vocación de futuro. Desde hace cuatro años se edita esta Memoria para informar con rigor y transparencia sobre la actividad del Banco y su compromiso con una sociedad mejor.

Estrategia

Desde 2002

Elaboración y Presentación del Plan Estratégico RSC.
Foco de la RSC en Santander Universidades y Universia.
Publicación 3 primeras Memorias RSC, estándares GRI.
Verificación externa de Deloitte.
La acción, en los principales índices de sostenibilidad: DJSI, FTSE4Good.
Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas.
Inversión creciente: 61 millones en 2002, 71 millones en 2003, 84 millones en 2004.

Actuaciones 2005

Memoria Sostenibilidad (4ª Memoria RSC), estándares GRI y AA 1.000.
Información verificada por Deloitte.
Mantenimiento de la acción en índices de sostenibilidad (DJSI, FTSE4Good).
Inclusión de la acción en el índice FTSE ISS Corporate Governance.
Inversión en RSC en 2005: 92 millones de euros.

Entorno

Desde 2002

Universidades y Universia

Convenios de apoyo a 409 Universidades.
Plan de apoyo para la educación superior.
Becas nacionales e internacionales (>7.000 / año).
El portal Universia presente en 10 países.
Digitalización de obras para la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Actuaciones 2005

507 Convenios de Colaboración con Universidades.
985 Universidades en la Red Universia.
Inversión de 66 millones de euros.
18.500 registros bibliográficos en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
Encuentro internacional de Rectores de Universia.

Acción Social y Cultural

Apoyo a programas sociales adaptados a cada país.
Oferta de productos solidarios.
Campañas de marketing con causa (Cruz Roja, UNICEF).
Programas de voluntariado corporativo.

Apoyo a la integración de discapacitados.
Desarrollo de productos de inversión socialmente responsable.
Nuevos proyectos de voluntariado.

Medio Ambiente

Creación del Comité Global de Medio Ambiente.
Publicación de la Política de Medioambiente del Grupo.
Mediciones de consumos y objetivos de reducción.
Certificado ISO 14.001, Santander Santiago y México.

Certificado ISO 14.001 para la Ciudad Grupo Santander.
Implantación de la herramienta VIDA para la gestión del riesgo medioambiental.

Actividad

Clientes

Creación de la Unidad Corporativa de Clientes y Calidad. Mediciones de calidad y atención al cliente en los Bancos del Grupo.

Desde 2002

Actuaciones 2005

Implantación del modelo Corporativo de Clientes y Calidad en los Bancos del Grupo. Modelo de relación global para clientes Banca Mayorista.

Productos y servicios

Comités de Nuevos Productos (locales y global). Productos especiales para inmigrantes en España y en otros colectivos. Comercialización de productos financieros solidarios.

126 productos analizados en 13 sesiones del Comité de Nuevos Productos.

Operaciones de financiación de energías renovables (parques eólicos, plantas de biomasa).

Proveedores

Adhesión de proveedores a los principios del Pacto Mundial. Procesos de compra por subasta electrónica.

Implantación del Modelo Global de Compras. Compromiso de Conducta en la Gestión de Compras.

Estructura

Accionistas

Una acción, un voto, un dividendo. Eliminación de las medidas de blindaje. Una sola acción permite asistir a la Junta General. Voto y delegación por medios telemáticos.

Desde 2002

Actuaciones 2005

Cotización de la acción en las Bolsas de Londres y México. Junta General de Accionistas *on-line*. Productos especiales para accionistas del Reino Unido.

Gobierno Corporativo

Reglamento del Consejo de Administración. Rating Deminor en Gobierno Corporativo: 8/10. Publicación de la remuneración individualizada de los miembros del Consejo. Publicación del Informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Programa de formación continua de los Consejeros. Auto-evaluación del Consejo con consultores externos.

Votación individualizada de los nombramientos o reelecciones de Consejeros. Rating Deminor en Gobierno Corporativo: 8/10. Política de whistleblowing: procedimiento de comunicación anónima sobre posibles prácticas irregulares en materia de contabilidad o auditoría.

Empleados

Programas de carrera (Apolo en España, Jóvenes con potencial en América). Traslado de los servicios centrales a la Ciudad Grupo Santander. Plan estratégico Global de RR.HH. Nuevo modelo de Recursos Directivos.

Consolidación de colectivo de directivos corporativos. Puesta en marcha del Centro Corporativo de Formación:

- Centro de Desarrollo Directivo
- Escuelas Corporativas Funcionales
- Centro de Integración

Marca e imagen

Normas corporativas de Identidad e Imagen. Incorporación de la llama, el color rojo y la palabra Santander a todas las marcas del Grupo.

Consolidación de marca única con horizonte en 2007

Tecnología

Creación de la figura de Jefe Global de Tecnología (CIO) Plataformas transaccionales para Europa (Partenón) y América (Altair). Nuevo modelo de gestión de tecnología.

Finaliza la implantación de Partenón en la Red Santander en España. Lanzamiento del proyecto Partenón Reino Unido. Consolidación del proyecto Alhambra de convergencia tecnológica.

Gestión del Riesgo

Marco Integral de Riesgos para medir la rentabilidad en función de capital económico. Marco Corporativo de Gestión de Riesgos Estandarizados.

Implantación de herramientas automáticas de valoración del riesgo en todas las unidades de negocio. Modelos unificados en la gestión del riesgo. Formación en riesgos a Consejeros y empleados.

Índice

La Sostenibilidad en el Santander

Visión y Valores

La Sostenibilidad en cifras 2

Mensaje del Presidente 4

El Mapa de Sostenibilidad 6

Una actividad sostenible 8

- Clientes
- Productos y servicios
- Proveedores

Una estructura sostenible 26

- Accionistas
- Gobierno Corporativo
- Recursos Humanos
- Marca
- Tecnología
- Gestión del Riesgo

Un entorno sostenible 62

- Programa global: Universidades
- Programas locales: Acción Social
- Medio ambiente

Indicadores de sostenibilidad 84

La Sostenibilidad del Santander en Cifras*

2005 2004

Resultados

Millones de euros	2005	2004
Margen ordinario	19.807	14.055
Margen de explotación	9.285	6.662
Beneficio atribuido al Grupo (ordinario)**	5.212	3.606
Beneficio atribuido al Grupo	6.220	3.606

Balance

Millones de euros	2005	2004
Reservas	29.098	27.215
Recursos propios (computables ratio BIS)	53.426	44.360
Activos totales	809.107	664.486
Recursos de clientes gestionados	680.887	595.380

Actividad

Clientes (millones)	66,08	63,50
Accionistas (millones)	2,44	2,68
Empleados (31-12-05)	129.196	132.001
Oficinas	10.201	9.973
Tarjetas de crédito y débito (millones)	48,93	44,96

Principales ratios de gestión

%	2005	2004
ROE (ordinario)**	16,64	19,74
ROE	19,86	19,74
Ratio de eficiencia (con amortizaciones)	52,55	52,00
Ratio BIS	12,94	13,01
Beneficio atribuido por acción (euros)	0,9967	0,7284

Otros indicadores

Millones de euros	2005	2004
Dividendos	2.605	1.837
Gastos de personal	5.817	4.325
Impuestos sobre beneficios	1.391	597
Inversión en Responsabilidad Social Corporativa	92	84

* Los estados financieros de 2005 se han elaborado siguiendo los criterios de las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Con el fin de permitir la comparación con períodos anteriores se han reelaborado los datos de 2004 aplicando la nueva regulación. En 2005 se consolidan, por primera vez, los resultados de Abbey.

** No incluye el neto de plusvalías extraordinarias y saneamientos extraordinarios



Áreas de Negocio

Un Grupo financiero globalmente integrado

El Santander ha consolidado como una de sus principales fortalezas una profunda implantación local en los países en los que opera. Somos, además, un banco integrado que cuenta con negocios que se gestionan globalmente y con unas políticas corporativas comunes que permiten aprovechar sinergias y ventajas competitivas a escala internacional.

De acuerdo con los criterios establecidos en las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad, el Grupo estructura sus áreas de negocio en dos niveles: principal, o geográfico, y secundario, o por tipos de negocio.

Nivel principal

El nivel principal, o geográfico, se divide en tres grandes áreas:

- **Europa Continental.** Incorpora la totalidad de los negocios de banca comercial, gestión de activos y seguros y banca mayorista, realizados en Europa, con la excepción de Abbey. Las principales unidades incluidas son:

- Red Santander España
- Banesto
- Santander Consumer Finance
- Santander Totta
- Banif

- **Reino Unido.** Incluye el negocio de Abbey, enfocado principalmente en banca minorista y de seguros.

- **Iberoamérica.** Recoge la totalidad de actividades que el Grupo desarrolla a través de sus bancos filiales y subsidiarias en Iberoamérica, principalmente:

- Brasil
- México
- Chile
- Argentina
- Venezuela
- Puerto Rico
- Colombia

Nivel secundario

El nivel secundario, o por tipo de negocio, distingue tres grandes áreas, cuya suma equivale a la de las tres áreas geográficas del nivel principal:

- **Banca Comercial**
- **Gestión de Activos y Seguros**
- **Banca Mayorista Global**

Adicionalmente a los segmentos operativos el Grupo sigue manteniendo el **Área de Gestión Financiera y Participaciones**.

	Margen Explotación Millones de euros	Bº atribuido Millones de euros	Eficiencia* %	ROE %
Europa Continental	5.428	2.984	42,91	22,05
Reino Unido (Abbey)	1.408	811	63,18	35,66
Iberoamérica	3.125	1.776	52,18	23,15
Gestión Financiera y Participaciones	(676)	650	—	—
Total	9.285	6.220	52,55	19,86

* Con amortizaciones





Mensaje del Presidente

Por cuarto año consecutivo Santander publica una Memoria de Sostenibilidad, que recoge las actuaciones desarrolladas por el Grupo en materia de Responsabilidad Social Corporativa durante el ejercicio 2005. Una Memoria complementaria al Informe Anual, que cumple con los mismos criterios de máxima transparencia y claridad.

Ser una empresa sostenible es tener vocación de permanencia, con una decidida voluntad de liderazgo para crear riqueza y empleo, y para impulsar el desarrollo de la sociedad y del entorno.

Nuestra gestión está orientada a mantener relaciones estables y duraderas con los principales grupos con los que nos relacionamos: accionistas, clientes, empleados y las comunidades en las que estamos presentes.

Santander tiene 2,4 millones de accionistas y nuestra principal responsabilidad es asegurar la creación de valor a medio y largo plazo para todos ellos.

Los clientes son el eje de nuestra actividad. Buscamos ofrecerles los productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades, y la mejor atención.

Tenemos 66 millones de clientes en todo el mundo. Aumentar los índices de satisfacción del cliente es clave para el crecimiento futuro del Grupo.

La actividad del Grupo en todos los mercados en los que opera se asienta sobre un modelo de negocio común, basado en la orientación al cliente pero también en la eficiencia, en la calidad del crédito, en la disciplina del capital y en una visión global.

Contamos con un excelente equipo de 129.000 profesionales de más de treinta nacionalidades, 48% mujeres y 52% hombres, todos ellos altamente preparados y motivados, con carreras profesionales de éxito y acceso a los mejores programas de formación continua. La conciliación de la vida familiar y laboral es un pilar básico de nuestra política de recursos humanos.

Santander invierte en el futuro de las sociedades en las que está presente. Nuestro gran proyecto global tiene el foco en la educación universitaria, convencidos de que es la mejor manera de apoyar el progreso económico y social de los países. Nuestra alianza con 985 universidades iberoamericanas es un caso único en el mundo de colaboración empresa-universidad.

Localmente, contamos con programas de acción social adaptados a las circunstancias de cada país. Procuramos que esa acción solidaria sea compartida por nuestros clientes y empleados.

Contribuimos a la conservación del medio ambiente mediante un riguroso control de consumos, a través de productos y servicios específicos y sistemas de medición de riesgos medioambientales.

En todas estas actividades priman los mismos criterios de transparencia y eficiencia que aplicamos a nuestra actividad bancaria. Así lo procuramos transmitir en esta Memoria de Sostenibilidad, que expone con detalle la estrategia y las actuaciones del Santander en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

Mapa de sostenibilidad





Memoria de Sostenibilidad

Mapa de sostenibilidad

La sostenibilidad está unida a la preocupación por el futuro. Las empresas deben garantizar el crecimiento sostenible cuidando del entorno y de los recursos, y contribuyendo al bienestar social.

Actividad Sostenible

El Santander ofrece productos y servicios financieros a clientes particulares, a empresas y a instituciones.

- Para que esta actividad sea sostenible, el Banco tiene como eje una gran base de **Clientes** con los que establecemos relaciones duraderas.
- Para desarrollar su actividad, el Banco pone a disposición de sus clientes una amplia gama de **Productos y Servicios**, acordes con sus necesidades.
- El Grupo mantiene una relación estable, participativa y exigente con los **Proveedores**, lo que contribuye al desarrollo de una actividad bancaria eficiente.

Estructura Sostenible

El modelo de sostenibilidad del Santander se asienta sobre una estructura sólida, eficaz y con capacidad de adaptación, que garantiza la estabilidad del negocio bancario y su perspectiva de futuro.

La Estructura Sostenible cuenta con sólidos pilares:

- Una base de capital estable, con 2,4 millones de **Accionistas**
- Un **Gobierno Corporativo** transparente, eficiente y adaptado a los estándares internacionales más exigentes.
- Unos **Profesionales** comprometidos con los objetivos de la empresa.
- Una **Marca** común que proporciona identidad y reputación a todas las ramas de actividad del Grupo.
- Una **Gestión del Riesgo** especializada, con una amplia experiencia adaptada a cada mercado y a cada entorno económico.
- Una **Tecnología** basada en la innovación y apoyada sobre sistemas contrastados.

Entorno Sostenible

En el marco de su actividad el Santander favorece un Entorno Sostenible, que impulse el desarrollo social y cultural y preserve el medio ambiente.

Para ello, el Grupo interviene de forma decidida, destinando recursos económicos y humanos, mediante tres líneas de actuación:

- Un programa global de colaboración con las **Universidades** que apoya la educación superior como motor de futuro en una alianza única en el mundo entre universidad y empresa.
- Programas locales de **Acción Social** adaptados a las circunstancias de cada comunidad en la que el Banco está presente.
- Una política activa de protección al **Medio Ambiente**, tanto en el control y la reducción de sus propios consumos como en las operaciones de financiación.

La inversión total que el Grupo lleva a cabo en los diferentes programas de Responsabilidad Social Corporativa ascendió el 2005 a **92 millones de euros**.



 Santander





Una actividad sostenible

Ciencia

Nuestro compromiso

En el Santander trabajamos cada día para alcanzar la máxima satisfacción de nuestros clientes, ofreciendo la mejor calidad de servicio y creando relaciones duraderas con ellos. Nuestra oferta de valor está basada en la atención personalizada, la innovación y la constante adaptación de nuestros productos y servicios a sus necesidades.

Dimensión

Clientes (millones)	66,1
Distribución de clientes por actividad (millones)	
Clientes Banca Comercial	50,3
Clientes de financiación al consumo en Europa	7,7
Clientes de Gestoras de Pensiones en América	8,1
Oficinas	10.201

Balance 2005

- Implementación de un nuevo modelo de banca de clientes, basado en métricas comunes
- Puesta en marcha de la Unidad Corporativa de Clientes y Calidad, con dependencia del Consejero Delegado
- Modelo de relación global para los clientes de Banca Mayorista Global

Objetivos 2006

- Aumentar la vinculación y satisfacción con nuestros clientes en todos los Bancos del Grupo
- Fijación de objetivos de calidad de servicio a todas las oficinas del Grupo

Clientes

Santander se esfuerza cada día por mejorar y profundizar la relación con sus Clientes como base esencial de su estrategia de negocio



66 millones de Clientes

30% de Europa Continental

27% del Reino Unido

43% de Iberoamérica

Clientes Banca Comercial

Europa Continental	11.732.831
Reino Unido	18.267.197
Iberoamérica	20.247.401

Clientes Banca de Consumo

Santander Consumer Finance	7.702.324
----------------------------	-----------

Otros Clientes

Gestoras de Pensiones	8.040.000
Banca Privada	81.948
Banca Mayorista Global	11.498

Total Clientes

66.083.199



Una actividad sostenible: Clientes

Más clientes, mayor satisfacción

Nuestra estrategia de crecimiento y generación de valor para los próximos años está basada en el desarrollo e intensificación de las relaciones que mantenemos con nuestros clientes que, durante el año 2005, han superado los 66 millones.

Nuestra base de clientes está distribuida en 21 países: 20 millones en Europa Continental, 18 millones en el Reino Unido y 28 millones en Iberoamérica.

El Santander cubre las necesidades financieras de todos los grupos de clientes a través de sus diferentes unidades de banca comercial, financiación al consumo, gestión de activos y seguros, banca privada o banca mayorista.

Las propuestas de valor se dirigen a las necesidades de cada cliente en función de una segmentación rigurosa, con respuestas adaptadas a cada situación específica.

La base actual de clientes del Santander se resume en el cuadro de esta página.

La gestión de la banca de clientes se apoya en tres grandes exigencias que marcan la gestión:

- Tratar y asesorar a nuestros clientes con dedicación y cercanía, prestando un servicio personalizado. Para ello, nos apoyamos en herramientas comerciales que proporcionan la perspectiva integral del cliente y de todos sus requerimientos tanto presentes como futuros.
- Ofrecer productos y servicios innovadores adaptados a las necesidades de todos nuestros segmentos de clientes.
- Poner a disposición de nuestros clientes la mejor arquitectura tecnológica y un modelo operativo para facilitarles respuestas ágiles y eficaces.

Países en los que el Grupo concentra su actividad

		Oficinas	Clientes
Zona Euro	España	4.510	13.299.435
	Portugal	693	1.929.702
	Alemania	56	3.128.206
	Italia	50	644.197
Zona Libra	Reino Unido	712	18.267.197
Zona Dólar	Brasil	1.897	7.086.988
	México	1.005	9.396.247
	Chile	401	2.858.340
	Argentina	316	3.902.178
	Venezuela	252	2.241.985
	Puerto Rico	73	304.194
	Colombia	88	1.331.969
	Otros países / entidades	148	1.692.561
	Total	10.201	66.083.199

Unidad Corporativa de Clientes y Calidad

La Unidad Corporativa de Clientes y Calidad desarrolla, bajo la dependencia del Consejero Delegado, sus funciones que incluyen, entre otras:

- el seguimiento y objetivación de los niveles de vinculación, satisfacción y fidelidad de los clientes
- el establecimiento de sistemas homogéneos de medición de la calidad de servicio y evolución frente a los competidores
- la transferencia de mejores prácticas entre países.

Durante este último ejercicio, la nueva Unidad ha acelerado la implantación del Proyecto Banca de Clientes en las principales unidades de banca comercial del Grupo. Este Proyecto global alinea y compromete a toda la organización con su apuesta decidida por la banca relacional y la calidad de servicio.

El Proyecto Banca de Clientes, que se extenderá a la totalidad de los bancos a lo largo de 2006, se concreta en un nuevo modelo de relación con clientes que consta de tres ejes:

- La evolución de los índices de satisfacción de clientes y de sus niveles de vinculación y fidelidad. Todas las oficinas tienen objetivos de mejora anuales
- Unos parámetros de calidad de servicio de los canales complementarios
- La mejora continua basada en acciones de comunicación y formación de los equipos comerciales

Cientes de Banca Comercial

El principal canal de servicio en relación con los clientes es el de oficinas comerciales. Grupo Santander posee una red propia de 10.201 oficinas agrupadas en diferentes categorías en función del tipo de cliente —particulares, empresas e instituciones, banca privada y corporativa—, de su ubicación y de las necesidades de servicio. Cada Banco cuenta, además, con oficinas específicas para determinados grupos de clientes (inmigrantes, estudiantes, crédito al consumo).

Todos los Bancos del Santander disponen de sistemas de seguimiento y objetivación alineados con el modelo de banca de clientes. Estos sistemas están basados en las opiniones de los clientes que, recogidas en encuestas periódicas, permiten conocer la evolución de la calidad percibida, y en las métricas internas que valoran la calidad alcanzada en los procesos. Los resultados y sugerencias recogidas se convierten en planes y acciones de mejora del servicio.

Además, en lo referente a la protección de datos y privacidad de los clientes, el Grupo cuenta con todos los mecanismos necesarios para ir más allá del cumplimiento de la legislación vigente en los países donde está presente. En el ejercicio 2005 el Banco y sus sociedades no han incurrido en conductas constitutivas de infracción confirmadas con sentencia firme.

Cientes de Banca de Consumo

Los clientes de Santander Consumer Finance son, por una parte, los prescriptores en punto de venta, mediante los cuales se ofrece financiación de vehículos y, por otra, los compradores de bienes de consumo duradero con financiación bancaria.

Adicionalmente, Santander Consumer Finance ofrece otros productos como créditos personales, depósitos y tarjetas.

Banca Privada

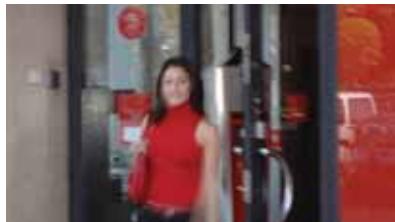
Santander ofrece servicios de Banca Privada a través de las entidades bancarias locales del Grupo en Europa e Iberoamérica.

En España, el Grupo cuenta con una entidad especializada, Banif.

Adicionalmente Santander Private Banking se ocupa del negocio de Banca Privada Internacional.

Banca Mayorista Global

Los principales clientes corporativos (295 grandes grupos empresariales) operan dentro del Modelo de Relación Global concebido para ofrecerles un servicio integrado de todos los productos en todas las áreas geográficas.



Principales iniciativas relacionadas con Clientes

España Santander	Nuevo modelo de orientación al cliente META100 Recoge la opinión de más de 100.000 clientes al año y 5.000 pseudocompras Plan Superservicio con objetivos de mejora para 2006 y 2007
España Banesto	Primera certificación AENOR en calidad de servicio y satisfacción de clientes Modelo Q-10 de mejora permanente de satisfacción de clientes y empleados Métricas de clientes: vinculación, abandono y reclamaciones de clientes
Portugal Santander Totta	Extensión del Plan Simpatía entre equipos comerciales Implantación del Barómetro de Redes con objetivos por oficina
Reino Unido Abbey	Plan estratégico para convertirse en el mejor Banco en calidad de servicio Lanzamiento del modelo de calidad en oficinas — <i>Customer Service Scorecard</i> —, intermediarios y canal telefónico
Brasil Santander Banespa	Programa A+ de excelencia en atención y asesoramiento en oficinas Consolidación de la Central de Soluciones para mejorar la satisfacción de clientes
México Santander Serfin	Programa Calidad 360 de fomento de la cultura de servicio Actualización de procesos con mayor impacto en clientes
Chile Santander Santiago	Cuadro de Mando como herramienta de objetivación y mejora de la calidad Automatización de los principales procesos de servicio a clientes
Argentina Banco Rio	Programa de pseudocompras: reducción de tiempos de espera en oficinas Sistema Gestión de Calidad con Certificación ISO 9001
Puerto Rico Santander Puerto Rico	Revisión de estándares de atención y mediciones de satisfacción Nuevo sistema centralizado de gestión de reclamaciones
Colombia Santander Colombia	Modelo de Círculos de Calidad de mejora en todas las áreas del Banco Perfeccionado el sistema de atención de reclamaciones
Venezuela Santander Venezuela	Nuevo Modelo de Control y Objetivación de la calidad de servicio Certificación ISO 9001 para el diseño, venta y operación de productos financieros
España OpenBank	Recuperación de la Marca y campaña de comunicación institucional. Refuerzo de su principal atributo: accesibilidad 24 horas al día
Santander Consumer Finance	Medición de niveles de satisfacción y vinculación de clientes prescriptores Definición de estándares de servicio por país y línea de negocio
Banca Privada	Mejoras en el trato personalizado y en los servicios de alto valor añadido Formación continua de los equipos asesores
Banca Mayorista Global	Modelo de Relación Global para la gestión centralizada de las 295 principales empresas-clientes

Accesibilidad

En 2005, Grupo Santander inició la renovación tanto de su página web corporativa (www.gruposantander.com) como de sus diferentes webs comerciales con el fin de asegurar su accesibilidad a personas con algún tipo de discapacidad —auditiva, visual, motora, tecnológica y de aprendizaje—, de acuerdo con las pautas y recomendaciones reconocidas, de ámbito mundial, para la creación de sitios web accesibles.

Abbey tiene implantados, en la mayoría de sus oficinas, dispositivos especiales, como teléfonos de texto, que permiten la accesibilidad de clientes con algún tipo de discapacidad sensorial.

Garantizar altos niveles de accesibilidad es un componente clave de la propuesta de valor del Santander a sus clientes. En 2005, las plataformas de atención telefónica

han atendido 163 millones de llamadas, lo que supone un aumento del 7,5% respecto a 2004. Paralelamente, a través de Banca Electrónica, se han realizado 189,6 millones de operaciones que suponen un 3,6% más respecto al año anterior. El compromiso con el servicio se extiende, por tanto, durante las 24 horas de todos los días del año.

Satisfacción

La satisfacción de los clientes es un factor determinante en la generación de beneficios estables a largo plazo.

Los clientes satisfechos contratan más productos, están más vinculados y, además, recomiendan los servicios, por lo que son el activo más valioso y hacia ellos se orientan todos los esfuerzos.

En el cuadro siguiente se muestran los índices de satisfacción de los clientes en los diferentes Bancos, obtenidos a partir de más de 260.000 entrevistas.

Satisfacción Clientes particulares

Entidad	2005	2004	Evol.(%)
Santander, España	8,08	8,18	-1,2
Banesto, España	8,20	8,30	-1,2
Abbey, Reino Unido	8,22	-	-
Santander Totta, Portugal	8,20	8,17	+0,4
Santander Banespa, Brasil	8,88	8,51	+4,3
Santander Serfin, México	8,31	8,40	-1,1
Santander Santiago, Chile	8,10	7,90	+2,5
Banco Rio, Argentina	8,57	8,66	-1,0
Santander, Venezuela	8,22	7,95	+3,4
Santander, Puerto Rico	9,24	9,22	+0,2
Santander, Colombia	8,39	8,53	-1,6

Nota: a efectos de presentación se han homogeneizado en escala de 1 a 10 las diferentes encuestas de satisfacción realizadas



Reclamaciones

Para aumentar la satisfacción de los clientes resulta fundamental potenciar una comunicación abierta, frecuente y relevante entre los clientes y el Banco.

En 2005 continuó el proceso de consolidación de los canales que recogen sugerencias, quejas y reclamaciones que, debidamente tratados, generarán mejoras en la calidad de servicio.

En el **Servicio de Atención al Cliente de la matriz** se recibieron un total de 16.671 reclamaciones escritas, lo que supone un incremento del 12% con respecto al año 2004 según se detalla en los cuadros de esta página.

Reclamaciones por motivo

Motivo	2005 (%)	Evolución
Operativa	43	-4
Precio	32	+9
Interacción/Trato	14	-1
Tarjetas	7	+1
Imagen/Publicidad	1	-5
Entorno físico	1	=
ATM's	1	=
Otros	1	=

Reclamaciones por canal de recepción

Canal	2005	Evolución (%)
Servicio Atención Cliente	13.763	+14
Defensor	1.873	-1
Banco de España	742	+3
CNMV	173	-16
Dirección Gral de Seguros	120	-
Total	16.671	+12

Reclamaciones a Bancos

Durante el ejercicio 2005 han aumentado las sugerencias y reclamaciones recibidas especialmente en Brasil, Chile y Argentina, y se han reducido en México, Venezuela, Puerto Rico y Colombia. Como consecuencia, se han puesto en marcha diferentes actuaciones tendentes a la solución de los planteamientos de los clientes.

En **Brasil** las principales reclamaciones están relacionadas con tarjetas debido al proceso de internalización de las operaciones de medios de pago que anteriormente realizaban tres empresas de servicios externas, un cambio que ha requerido la adaptación de los clientes. Igualmente tienen un peso importante las reclamaciones en el área de

seguros debido al proceso de integración y migración informática.

En **Chile** el cambio del modelo de atención telefónica ha capturado un mayor número de reclamaciones mejorando así su medición. En **Argentina** han aumentado con un incremento del 20% de clientes y un 30% en los nuevos circuitos.

Reclamaciones recibidas*

	2005	2004
Santander, España	16.671	14.852
Banesto, España	2.239	2.121
Abbey, Reino Unido	103.796	97.251
Santander Totta, Portugal	9.745	9.290
Santander Banespa, Brasil	281.327	199.482
Santander Serfin, México	180.109	194.019
Santander Santiago, Chile	73.025	61.784
Banco Rio, Argentina	160.877	123.737
Santander, Venezuela	133.081	141.571
Santander, Puerto Rico	29.800	30.449
Santander, Colombia	30.860	32.517

* Las diferencias entre países obedecen a los distintos modelos de tratamiento de las reclamaciones. En algunos países, las reclamaciones se centralizan, en otros se resuelven en las oficinas y, en alguno, se envían a unidades de producto. Adicionalmente, el concepto de reclamación no es homogéneo en todos los Bancos, incluyendo, en algunos casos, únicamente aquellas que implican solicitud económica mientras que en otros, como Brasil y Argentina, incluyen también quejas y sugerencias.



Santander



Una actividad sostenible

Productos y servicios

Nuestro compromiso

El Banco desarrolla productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes, aprovechando experiencias globales pero teniendo en cuenta las características de cada mercado y tipología de clientes.

Dimensión

Comité Global de Nuevos Productos:

Sesiones celebradas	13
Productos analizados	126

Balance 2005

- Ampliación del Manual de Procedimientos para comercialización de productos de inversión con la inclusión de productos de seguro-inversión
- Unificación de Medios de Pago bajo una unidad corporativa, Santander Cards
- Lanzamiento de nuevos productos solidarios
- Comercialización de fondo de CO₂ (medio ambiente)

Objetivos 2006

- Profundizar en las mejores prácticas sobre comercialización de productos y servicios financieros en los Bancos del Grupo
- Impulsar la comercialización de productos y servicios globales
- Refuerzo de programas de microcréditos y otros productos financieros solidarios

Productos y Servicios

Los productos y servicios del Santander se caracterizan por su innovación y por el profundo conocimiento de los mercados locales



17

Areas de negocio y soporte en el
Comité Global de Nuevos Productos



Productos destacados:

- Hipoteca Super Revolución (Santander, España)
- No Fee Mortage (Abbey)
- Crédito Habitaçao Super Tranquilo (Santander Totta)
- Santander Global Connect y Global Markets



Nuevos Productos Solidarios

- Santander Dividendo Solidario (Santander, España)
- Préstamo Tecnológico Microempresas (Banesto)
- Ahorro Refrescante (Santander Santiago)



Una actividad sostenible: Productos y Servicios

Una amplia gama de productos para cubrir todas las necesidades

Los nuevos depósitos, créditos y tarjetas tienen ventajas para el cliente. En 2005, Santander ha protagonizado una intensa actividad para mantener al día su amplia gama de productos, técnicamente consistentes, legalmente correctos y siempre adecuados a la capacidad y a las necesidades reales del cliente.

El Santander concibe sus productos a partir de un profundo conocimiento de los mercados locales, de sus capacidades globales y de su liderazgo tecnológico e innovador.

El Grupo cuenta con un Comité Global de Nuevos Productos en el que participan 17 áreas de negocio y soporte que supervisan los nuevos productos y servicios que lanzan las entidades del Grupo. Con carácter previo, el Comité Local de Nuevos Productos, de estructura similar, analiza las propuestas.

El Comité de Nuevos Productos analiza las características de los productos y su adecuación a los requerimientos legales y al perfil de los clientes a quienes van dirigidos. Además, estudia el canal de venta para determinar la información que se debe suministrar para su correcta comercialización.

En España, tanto Santander como Banesto cuentan con un Manual de Procedimientos interno para el desarrollo de nuevos productos.

En el caso de Santander, este manual le dota de una estructura de supervisión y control, la Oficina del Manual de Procedimientos, que presenta un informe anual a la Comisión Ejecutiva

Productos destacados de 2005

Red Santander España

La nueva hipoteca *Super Revolución*, diseñada para facilitar el acceso a la vivienda a los más jóvenes, destaca por su largo plazo de amortización y su periodo a tipo fijo, con una carencia durante los primeros cinco años.

Latinoenvíos se ha convertido en el servicio de envío de remesas de inmigrantes más competitivo del mercado. Este servicio engloba bajo el sello *Internacional Express* una amplia gama de productos, que van desde la Libreta Internacional Express hasta préstamos preconcedidos.

Dentro del proceso de mejora de la calidad se ha lanzado el plan a tres años *Queremos ser tu Banco* que supone, como primera medida, la eliminación de comisiones para clientes vinculados.

Banesto

Mantiene su crecimiento gracias, en buena medida, a los productos como *Banesto Selección* para banca privada, en un esfuerzo por encontrar segmentos y nichos inexplorados en el mercado bancario. Además, la cuenta *Tarifa Plana* es uno de los motores de la captación y vinculación de clientes.

Otro producto destacado es la tarjeta creada entre Banesto y equipos de fútbol que aporta beneficios al cliente en función de los resultados del equipo.

A lo largo de 2005 se han lanzado nuevos productos adaptados a las necesidades de cada país y cada negocio

La tarjeta *Compra y Vuela* de Banesto permite a sus usuarios obtener vuelos de forma rápida, sencilla y gratuita.

Abbey

Ha protagonizado una iniciativa novedosa en el mercado británico al lanzar un depósito remunerado al 6% TAE durante doce meses y libre de comisiones, en cuentas corrientes y en imposiciones a plazo.

Otros productos destacados son *Flexible Plus Mortgage Deal for Life*, que permite que los clientes paguen más, menos, o pospongan el pago de algunas cuotas, y *No Fee Mortgage*, que ofrece cambiar la hipoteca a Abbey sin pagar comisión de entrada.

Por su parte, *Cahoot*, el banco por Internet de Abbey, mantiene su estrategia centrada en la comercialización de créditos al consumo (*UPL's, Unsecured Personal Loans*), tanto a tipo de interés variable como fijo, por medio del teléfono.

Portugal

Se ha lanzado el *Crédito Habitaçao Super Tranquilo*, una hipoteca para jóvenes que ofrece una garantía de cuota fija por cinco años, la posibilidad de alargar la financiación hasta cincuenta años y un crédito del cien por cien del valor de tasación de la vivienda.

Iberoamérica

Talleres de Clientes

La actividad comercial en Iberoamérica se ha visto potenciada con iniciativas como los talleres de clientes que, en 2005, se realizaron en Río de Janeiro (Brasil) y Morelia (México) con la participación de más de 400 directivos de todos los países.

Entre sus contenidos se llevó a cabo el lanzamiento del programa regional de calidad y se intercambiaron experiencias en la adquisición, vinculación y retención de clientes.

En *Brasil* destacan el *crédito Nikkei*, dirigido a los inmigrantes japoneses que les facilita viajar a su país en busca de una oportunidad de trabajo para asegurar su futuro. Igualmente ha destacado el éxito alcanzado por el *Crédito Prestamista* y la *Tarjeta Platinum*.

El crédito *Educación Continuada* va dirigido a estudiantes de universidades y permite financiar sus estudios de post-grado.

En *México* ha tenido un comportamiento destacado el *Producto Nómina*.

En *Chile*, las hipotecas se han visto reforzadas por el lanzamiento de la *Superhipoteca* de Santander Santiago que permite comprar una nueva vivienda en condiciones ventajosas.

Merce destaca como servicio novedoso la posibilidad que Santander Chile brinda a los clientes de pagar los impuestos por medio de su teléfono móvil.

En *Argentina* se ha impulsado un nuevo préstamo para pymes, que permite financiar el abono de las pagas extraordinarias de sus empleados.



Campaña *Queremos ser tu Banco*
Santander, España (2006)



Campaña hipotecaria *Remortgage Balloon*
Abbey, Reino Unido (2006)



Campaña *O Melhor Banco do Mundo*
Santander Banespa, Brasil (2006)

Productos globales

El Grupo está potenciando el desarrollo de productos globales, que permitan aprovechar sinergias, ventajas competitivas y mejores prácticas a nivel internacional. En 2005 se ha creado la Unidad Global de Tarjetas —Santander Cards—.

En el área de mercados, el Grupo cuenta con los productos *Santander Global Connect (SGC)*, que distribuye soluciones de gestión de riesgo a clientes de la red comercial en España y Portugal, y *Santander Global Markets (SGM)*, dirigido a clientes institucionales y corporativos.

Ambos productos han tenido una evolución favorable con crecimientos superiores al 100% en el caso de SGC y del 30% en SGM. En 2006 se extenderán a algunos bancos del Grupo en Iberoamérica.

Productos socialmente responsables y apoyo al microcrédito

Santander en España cuenta con dos productos que ofrecen a los clientes una inversión socialmente responsable, es decir, acorde con unos valores éticos, y que canalizan fondos a organizaciones no gubernamentales:

- *Santander Responsabilidad Fim*, un fondo ético lanzado en 2003, que invierte de acuerdo con los valores de la Iglesia Católica.
- *Santander Dividendo Solidario* centra sus inversiones en empresas sólidas y comprometidas con los derechos humanos, laborales, sociales y de respeto al medio ambiente, destinando el 21% de su comisión de gestión a la ONG que designe el participante entre las 21 que forman parte del fondo.

Adicionalmente el Banco ofrece una tarjeta de crédito con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) y otra con la Fundación Ayuda en Acción, que reciben una parte de las comisiones de este producto.

Banesto ofrece microcréditos a pequeñas empresas. Se trata del *Préstamo Tecnológico al 0%*, una iniciativa lanzada junto al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que ha beneficiado a cerca de 14.500 microempresas y pequeñas empresas. Permite la financiación de proyectos de incorporación a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En **Brasil** destacan los microcréditos para jóvenes emprendedores en colaboración con ONG's así como microcréditos dirigidos a empresas y cooperativas agrícolas.

En **Chile**, como una forma de colaborar en la bancarización de los microempresarios, se han lanzado dos nuevos productos. El primero es el *Ahorro Refrescante*, que permite acceder a una financiación de hasta 3 veces lo ahorrado al cabo de 6 meses de ahorro constante mensual. El segundo es un microcrédito dirigido fundamentalmente a pequeños agricultores.

En **Venezuela**, el Banco es líder absoluto en el segmento de microcréditos en línea con su política de apoyo al desarrollo del país, a través de la financiación de diversas actividades productivas, tales como la adquisición de materias primas, maquinarias, vehículos, equipos, inmuebles, capital de trabajo y acondicionamiento de locales.

En **Puerto Rico** el Banco lleva más de 30 años desarrollando iniciativas que contribuyen al desarrollo económico y social de la isla, con programas dirigidos a satisfacer la demanda de crédito de los sectores sociales con menos ingresos, como el programa *Vamos a ti*.



 Santander



Una actividad sostenible

Proveedores

Nuestro compromiso

La política de compras del Grupo Santander tiene como principal objetivo la optimización de la relación entre coste y calidad de los bienes o servicios requeridos. Para la consecución de estos fines, Santander ha desarrollado un Modelo Global de Compras que aborda, desde un punto de vista sostenible, la relación del Grupo con sus proveedores y otros socios estratégicos.

Dimensión

Perímetro gestionado según el Modelo Global de Compras:

2004	1.000 millones de euros
2005	1.900 millones de euros

Volumen de compra electrónica gestionada:

2004	260 millones de euros
2005	734 millones de euros

Balance 2005

- Consolidación de la Unidad Global de Compras
- Gestión unificada en 7 países del Grupo, con 266 especialistas en la gestión de compras por categorías con objetivos y planes consensuados
- Negociaciones globales para obtener economías de escala y procedimientos de compras electrónica comunes
- Desarrollo de normas de Responsabilidad Social Corporativa en homologación de proveedores

Objetivos 2006

- Implantar el Código de Conducta en la Gestión de Compras
- Gestionar el 60% de los pagos comprables dentro del perímetro del Modelo Global de Compras
- Negociar el 45% del perímetro gestionado por compra electrónica (*e-procurement*)
- Conseguir ahorros en compras por más 300 millones de euros en 3 años
- Implantar en España, Abbey y Banesto una plataforma tecnológica ERP (Enterprise Resource Planning) que será extendida al resto de países del Grupo entre 2007 y 2008

Proveedores

La gestión con los proveedores busca una relación estable, participativa y exigente, que optimice las compras y garantice la calidad y sostenibilidad de los bienes y servicios que el Santander requiere



1.900 millones de euros
Compras según el Modelo Global

734 millones de euros
a través de compra electrónica



180 millones de euros de ahorros
20% Compras globales
30% Compras locales
50% Transferencia de mejores prácticas



Ningún proveedor
representa más del 10%
de las compras en cada
país

Los cinco mayores
proveedores en España
suman el 16% del gasto
total



Una actividad sostenible: Proveedores

El Modelo Global de Compras incrementa la transparencia y la eficacia

Con el fin de desarrollar y profundizar en las relaciones con los proveedores, el Área Global de Compras ha evolucionado desde las fórmulas tradicionales de adjudicación de contratos a proveedores hacia un modelo más global, competitivo y transparente.

El Grupo cuenta con un Modelo Global de Compras que está plenamente implantado en siete países: España, Portugal, Brasil, México, Chile, Venezuela y Argentina.

Los objetivos del Área Global de Compras se canalizan a través del Proyecto 300P3 que prevé ahorros de 300 millones en tres años.

El principal eje de especialización del nuevo Modelo Global es la gestión por categorías: Tecnología y Telecomunicaciones, Publicidad y Marketing promocional, Servicios Externos, Suministros e Infraestructuras.

Las Áreas de Compras locales en los distintos Bancos funcionan con una misma organización, por gestores de categorías, con procedimientos de aprobación homogéneos y con un mismo sistema de planificación y reporte.

Uno de los sistemas de gestión es el *e-Procurement* que pone toda la capacidad de las herramientas *online* al servicio de las compras: cotización electrónica de proveedores, gestión de catálogos y seguimiento automático del cumplimiento de condiciones contractuales, entre otros.

Compromiso de Conducta

El Área de Compras ha puesto en marcha el Compromiso de Conducta en la gestión de compras que incorpora los principios básicos en los que se fundamenta la función de compras del Grupo:

- Objetividad y transparencia
- Igualdad de oportunidades
- Globalidad
- Confidencialidad
- Eficiencia y calidad
- Cumplimiento
- Responsabilidad Social

Homologación de Proveedores

El Área Global de Compras tiene también la misión de asegurar que trabaja con los mejores proveedores, que respetan el Compromiso de Conducta del Grupo y que garantizan la competitividad del bien o servicio prestado con una visión global sostenible y de largo plazo.

Proveedores especiales

El Santander mantiene acuerdos con distintas entidades y centros especiales para la compra de productos y servicios que emplean a personas con discapacidad y contribuyendo de esta forma a evitar su exclusión social.

Principales proveedores

	España	Brasil	México	Chile	Portugal	Argentina	Venezuela	Total
>1mm euros	70	103	41	32	36	12	5	299
300.000 - 1 mm euros	68	150	61	61	42	24	12	418
50.000 - 300.000 euros	206	358	265	187	98	118	19	1.251
Nº Proveedores	344	611	367	280	176	154	36	1.968



• Accionistas	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible

 Santander



Una estructura sostenible

Accionistas e Inversores

Nuestro compromiso

La fortaleza de contar con 2,4 millones de accionistas determina el compromiso del Santander en dos ejes fundamentales: la creación de valor a largo plazo y la máxima transparencia informativa. Nos esforzamos, además, por dar a nuestros accionistas un trato equitativo, por potenciar y dar fluidez a los canales de diálogo y por fomentar su participación.

Dimensión

Accionistas	2,4 millones
Capital social en manos de accionistas individuales	31,26%
Capital social en manos de accionistas institucionales	68,74%
Revalorización de la acción en los últimos diez años:	+ 399,20%
Distribución geográfica del capital social:	
Europa	89,76%
América	9,96%
Resto	0,28%

Balance 2005

- Primera Junta General en la que una sola acción permite la asistencia
- Inicio de la cotización en las Bolsas de Londres y México
- Apertura de las Oficinas de Atención al Accionista de Londres y México
- Junta General de Accionistas *online*

Objetivos 2006

- Seguimiento del servicio a inversores con encuestas de calidad para mejorar los elevados niveles de información y transparencia
- Lanzamiento de la cuenta de reinversión del dividendo en Reino Unido
- Productos diferenciados para accionistas en México
- Rediseño de la web con entradas específicas tanto para accionistas como para inversores institucionales
- Ampliar las presentaciones institucionales en EE.UU., Canadá y México para fortalecer la base de inversores y accionistas en el continente americano

Accionistas e Inversores

Nuestro objetivo es estar entre los primeros bancos del mundo en beneficio por acción y en rentabilidad total para el accionista



2,4
millones de
Accionistas

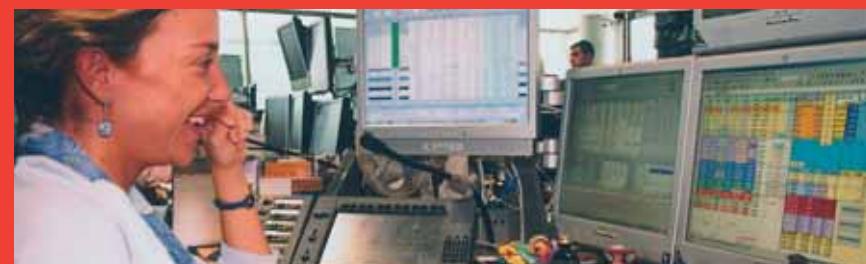
69.735
millones de euros de
capitalización
bursátil

31/12/2005



10º Banco del
mundo
por capitalización
bursátil
31/12/2005

1º Banco
zona euro
por capitalización
bursátil



25% Crecimiento
del Dividendo
por acción

Una estructura sostenible: Accionistas e Inversores

Casi dos millones y medio de accionistas en todo el mundo

Santander mantiene el compromiso permanente de mejorar la participación de los accionistas en la vida del Grupo y facilitar el acceso a la información relevante.

La transparencia es uno de los pilares en los que se apoya la relación del Santander con sus accionistas.

El Banco considera prioritario que todos sus accionistas tengan acceso rápido, eficaz y homogéneo a la información. Para ello, Santander está reforzando los distintos canales de atención y servicio a los accionistas.

Canales de atención y servicio

El Área de Accionistas y el Área de Relaciones con Inversores y Analistas son los dos principales cauces mediante los cuales los inversores mantienen contacto con el banco. Además, la web corporativa juega un papel fundamental dentro de los canales de atención y servicio a los accionistas del Santander.

El Santander presta un especial interés en fomentar el diálogo con los accionistas. El mejor ejemplo es la carta que el Presidente les envía anualmente invitándoles a hacer sugerencias sobre los temas a tratar en la Junta de Accionistas.

Distribución del capital social por tramos de acciones

	Accionistas	Acciones	% C.S.
1-200	1.556.530	155.589.657	2,49
201-1.000	601.254	310.550.848	4,97
1.001-3.000	175.261	297.899.923	4,76
3.001-30.000	101.989	799.711.209	12,79
30.001-400.000	8.108	614.970.508	9,83
Más de 400.000	689	4.075.574.434	65,16
Total	2.443.831	6.254.296.579	100,00

Distribución de la propiedad del capital social

	Acciones (millones)	%
Consejo de Administración	290,83	4,65
Institucionales	4.039,69	64,59
Individuales	1.923,77	30,76
Total	6.254,29	100,00

El dividendo por acción crece un 25% respecto al ejercicio anterior

Área de Accionistas

El Área de Accionistas de Santander es responsable de la relación con los 2,4 millones de accionistas que el Banco tiene en todo el mundo.

Este área tiene habilitados diversos canales de comunicación con los accionistas, como son la atención postal, un buzón electrónico o una línea telefónica directa.

Mediante esta línea se pueden modificar datos de registro, contratar productos relacionados con la acción o bien operar con ella.

Las respuestas del Área de Accionistas son individualizadas y su contenido se comunica al Consejo de Administración.

Área de Relaciones con Inversores

El Área de Relaciones con Inversores tiene como principal objetivo facilitar información al mercado institucional de forma homogénea con los documentos básicos de comunicación —Informe Anual e Informes Trimestrales—, a través de las presentaciones de resultados trimestrales y de otras sobre temas específicos.

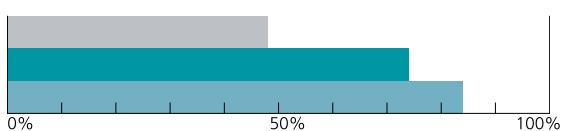
En 2005, se celebró una presentación específica a Analistas e Inversores sobre el impacto de la nueva normativa contable internacional en la información financiera del Grupo y un seminario para presentar el negocio iberoamericano a inversores institucionales con asistencia de los principales responsables de los Bancos del Grupo.

La acción Santander en el DJSI

En la evaluación realizada por SAM (Sustainability Asset Management, entidad que evalúa los indicadores económicos, sociales y ambientales de las distintas empresas que aspiran a pertenecer al Dow Jones Sustainability Indexes) Santander ha superado la media en todos los parámetros considerados, como se muestra en el gráfico siguiente publicado por este índice.

Sustainability Scores

Total Score



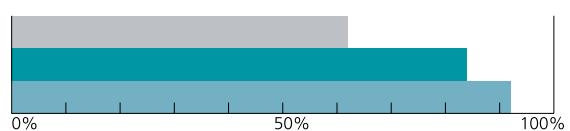
■ DJSI sector average on a global basis

■ Grupo Santander

■ Best company on a global basis within DJSI sector



Economic Dimension

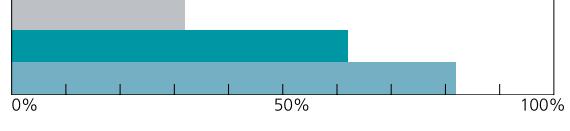


■ DJSI sector average on a global basis

■ Grupo Santander

■ Best company on a global basis within DJSI sector

Environmental Dimension

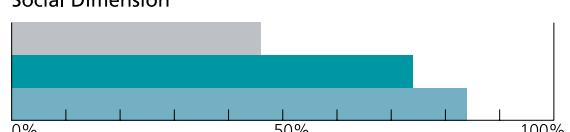


■ DJSI sector average on a global basis

■ Grupo Santander

■ Best company on a global basis within DJSI sector

Social Dimension



■ DJSI sector average on a global basis

■ Grupo Santander

■ Best company on a global basis within DJSI sector



Web para accionistas

Especialmente destacable es la nueva web para accionistas e inversores que está desarrollando el Banco y que les permitirá acceder desde una página específica en función de su mercado de origen pero con menús similares para todos los países.

Con esta iniciativa, el acceso es igual para todos, pero cada accionista tiene la opción de operar desde y hacia su propio mercado local.

Londres y México: nuevos mercados para la acción Santander

Santander ha creado oficinas de Relaciones con Accionistas en Londres y en México DF similares a las que existen en las distintas plazas en que cotiza la acción, con el propósito de prestar un servicio de valor añadido y atención a todos los accionistas.

Se han implantado los mismos cauces de comunicación entre los accionistas y el Banco, con la creación de direcciones de correo electrónico específicos y de espacios web propios, así como líneas de atención telefónica.

Productos

Existen varios productos y servicios destinados a los accionistas del Santander.

Entre los planes de ahorro de los distintos países en los que opera el Santander, destacan en España el *Plan de Reinversión del Dividendo*, el *Plan Joven Accionista* y la *Cuenta Accionista*. En Portugal existe la denominada *Conta Accionista*.

La *Santander Shareholder Account*, en Reino Unido, ofrece a los accionistas residentes en este país la opción de reinvertir los dividendos que percibe en acciones Santander.

El Grupo también cuenta con otros productos relacionados con el sector sanitario y asegurador, así como de tarjetas de crédito.

Dividendo por acción (Euros)

		2005	2004
Primer dividendo	1- agosto - 05	0,09296	0,0830
Segundo dividendo	1- noviembre - 05	0,09296	0,0830
Tercer dividendo	1- febrero - 06	0,09296	0,0830
Cuarto dividendo	1- mayo - 06	0,13762	0,0842
Total		0,41650	0,3332

Distribución geográfica del capital social (%)

	Europa	América	Resto	Total
Institucionales	58,83	9,67	0,24	68,74
Individuales	30,93	0,29	0,04	31,26
Total	89,76	9,96	0,28	100,00

La rentabilidad anual acumulativa durante los últimos 10 años es del 17,44%

Evolución de la acción

El valor en bolsa del Banco, a 31 de diciembre de 2005, alcanzó los 69.735 millones de euros, lo que le coloca como la décima entidad financiera del mundo por capitalización, cuarta de Europa y primera de la zona euro.

El comportamiento de la acción fue muy positivo en 2005. Recibió el respaldo del mercado tras la compra del Abbey en 2004. Alcanzó una revalorización del 43% desde el anuncio de la adquisición.

La acción Santander ha cerrado 2005 con una cotización de 11,15 euros por título, lo que supone un significativo avance del 22,12%, respecto a los 9,13 euros con los que comenzaba el año.

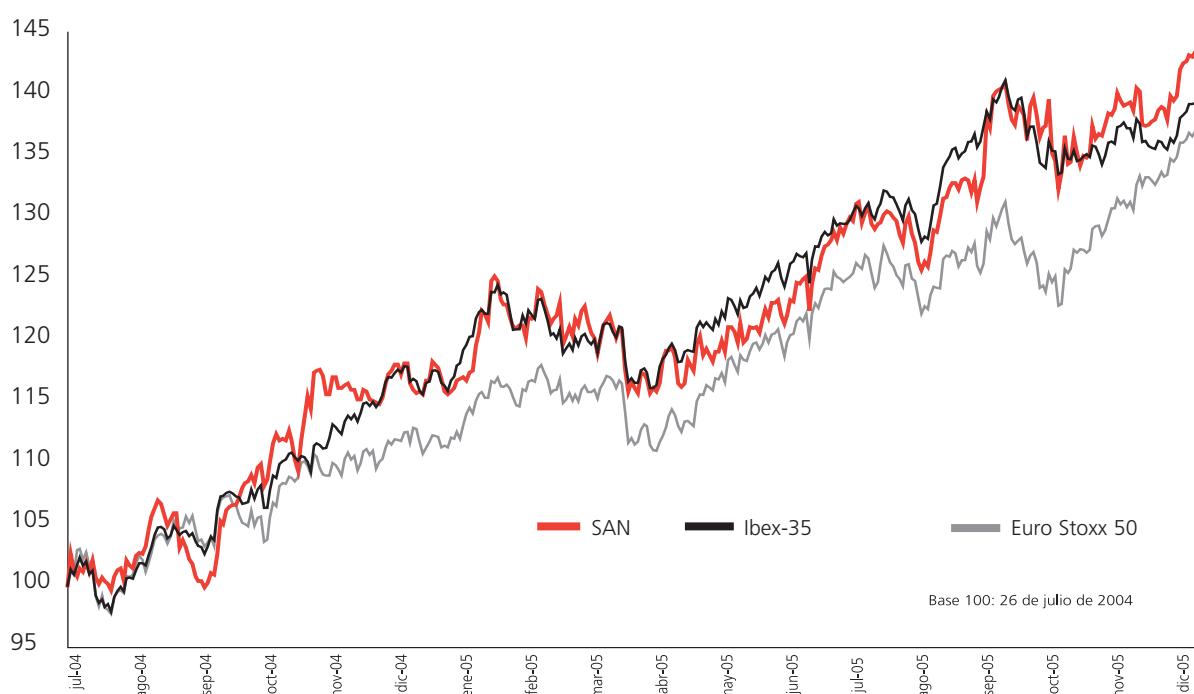
Esta evolución se encuentra por encima de las ganancias registradas por los principales índices de referencia nacionales, como el Ibex-35

que se ha revalorizado un 18,20%, e internacionales como el Dow Jones Euro Stoxx 50 (+21,27%), que recoge los 50 valores de mayor capitalización de la zona euro, y el FTSE Euro Top 100 (+21,56%), que recoge los 100 valores de mayor capitalización en Europa.

El peso de la acción Santander se sitúa en el 1,67% en el FTSE Euro Top 100 y en el 3,81% en el Euro Stoxx 50.

El volumen de contratación de acciones Santander en 2005 ascendió a 16.226,4 millones de títulos lo que supone un incremento del 25,88% respecto a 2004. Esto le convierte en uno de los valores con mayor liquidez del FTSE Euro Top 100 y del Euro Stoxx 50.

La contratación media diaria fue de 63,4 millones de títulos un 23,4% superior a los 51,4 de 2004.





Rentabilidad de la acción

De aprobarse la propuesta que se someterá a la Junta General Ordinaria, la retribución directa al accionista en forma de dividendos con cargo al ejercicio ascenderá a 0,4165 euros, con un incremento del 25% respecto al abonado con cargo al beneficio de 2004,—el mayor aumento del dividendo en los últimos 17 años— distribuido en cuatro pagos trimestrales.

La rentabilidad de la acción Santander —supuesta la reinversión de dividendos y ampliaciones de capital, en su caso— es superior a la media del mercado en los últimos 10 años.

Como se desprende del cuadro de esta página, 10 euros invertidos en 1995 representan 49,92 euros al 31

de diciembre de 2005, lo que supone una rentabilidad acumulada del 399,20% (anual acumulativa del 17,44%).

El comportamiento de la acción Santander a lo largo del periodo ha sido superior al mercado.

Índices bursátiles

Durante 2005 la acción Santander ha mantenido su presencia en los principales índices bursátiles que miden las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good. La acción forma parte también de la serie de índices de gobierno corporativo FTSE ISS Corporate Governance Index, elaborada por FTSE e ISS (Institutional Shareholders Services).

Cuadro de rentabilidad acumulada de la acción Santander

		Año de salida									
Año de entrada		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1995	SAN	41,28	165,41	207,98	315,66	330,81	266,62	166,14	293,95	296,21	399,20
	Ibex-35	45,22	109,30	189,36	247,76	177,25	160,66	92,36	151,89	203,08	267,19
1996	SAN		87,86	117,99	194,21	204,93	159,50	88,38	178,84	180,44	253,34
	Ibex-35		44,12	99,25	139,47	90,91	79,49	32,46	73,45	108,70	152,85
1997	SAN			16,04	56,61	62,32	38,14	0,28	48,43	49,29	88,09
	Ibex-35			38,25	66,16	32,47	24,54	(8,09)	20,35	44,81	75,44
1998	SAN				34,96	39,88	19,04	(13,59)	27,91	28,65	62,09
	Ibex-35				20,18	(4,19)	(9,92)	(33,52)	(12,95)	4,74	26,90
1999	SAN					3,65	(11,80)	(35,97)	(5,22)	(4,68)	20,10
	Ibex-35						(20,28)	(25,05)	(44,69)	(27,57)	(12,85)
2000	SAN						(14,90)	(38,22)	(8,56)	(8,03)	15,87
	Ibex-35							(5,98)	(30,62)	(9,15)	9,32
2001	SAN								(27,41)	7,45	8,07
	Ibex-35								(26,20)	(3,37)	16,28
2002	SAN									48,03	48,88
	Ibex-35									30,95	57,56
2003	SAN										0,57
	Ibex-35										20,33
2004	SAN										25,99
	Ibex-35										21,15

Fuente: Bloomberg

Incluye revalorización de la acción + reinversión anual del dividendo bruto



• Accionistas	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible

 Santander



Una estructura sostenible

Gobierno Corporativo

Nuestro compromiso

Santander cuenta con un Consejo de Administración excepcional y considera una prioridad estratégica mantener los más altos estándares de gobierno corporativo a nivel nacional e internacional.

Dimensión

Rating Deminor	8 sobre 10
----------------	------------

Balance 2005

- Posibilidad de asistir de forma remota a la Junta, con ejercicio telemático de los derechos de intervención y voto
- Votación individualizada de los nombramientos o reelecciones de Consejeros
- Desarrollo del programa de formación de Consejeros
- Auto-evaluación anual del Consejo de Administración

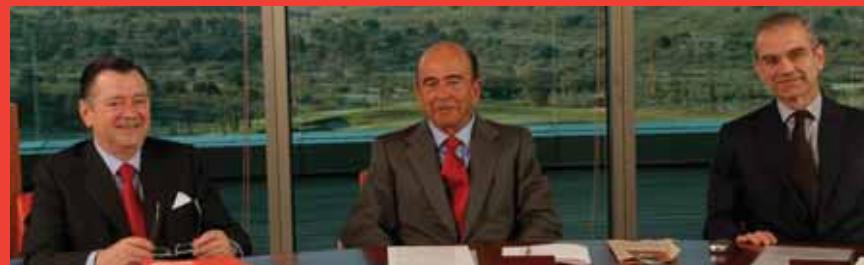
Objetivo 2006

- Continuar en la vanguardia del gobierno corporativo nacional e internacional, aplicando las mejores prácticas en materia de transparencia, funcionamiento del Consejo y defensa de los derechos de los accionistas minoritarios

La información completa relativa al Gobierno Corporativo puede consultarse en las páginas 48 a 71 del Informe Anual 2005 y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo disponible en el apartado del menú principal “Información Accionistas e Inversores” de la página web corporativa de Grupo Santander (www.gruposantander.com).

Gobierno Corporativo

El sistema de gobierno corporativo del Santander se esfuerza año tras año por profundizar en el rigor y la transparencia, más allá de las exigencias legales



Alfredo Sáenz
Vicepresidente Segundo y
Consejero Delegado

18 Consejeros

Emilio Botín
Presidente

13 Consejeros
externos

Ignacio Benjumea
Secretario General

5 Consejeros
ejecutivos



Fernando de Asúa
Vicepresidente Primero,
Presidente de la Comisión de
Nombramientos y Retribuciones

Manuel Soto
Vicepresidente Cuarto,
Presidente de la Comisión de Auditoría y
Cumplimiento

4,65% del Capital Social representado por
el Consejo



Antonio Basagoiti
Consejero

Antonio Escámez
Consejero

8/10 Rating
Deminor

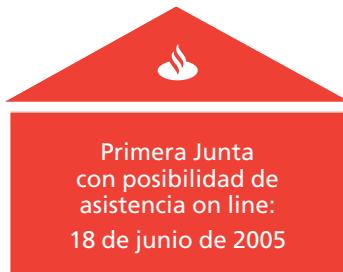
24.081 Accionistas
ejercieron voto
a distancia en la
Junta General



Una estructura sostenible. Gobierno Corporativo

El Consejo impulsa el progreso del Santander en materia de Gobierno Corporativo

Santander considera una prioridad estratégica adelantarse a las exigencias del mercado y a la normativa aplicable, lo que requiere un constante esfuerzo de adaptación.



Primera Junta
con posibilidad de
asistencia on line:
18 de junio de 2005

La política de gobierno corporativo del Santander impulsada por el Consejo de Administración se asienta sobre dos pilares, los derechos de los accionistas y la transparencia, en torno a los cuales gira la actuación del Consejo de Administración en la toma de decisiones y en el manejo de la información.

Derechos de los accionistas e igualdad de trato

Tenemos 2,4 millones de accionistas, una cifra alcanzada por pocas empresas en el mundo. Este accionariado tan amplio es al mismo tiempo una gran fortaleza y una gran responsabilidad. Por ello, el Santander siempre ha considerado prioritario otorgar un tratamiento equitativo a todos sus accionistas eliminando todas las medidas estatutarias de blindaje en la Junta General celebrada en junio de 2003 y haciendo efectivo el principio de "una acción, un voto, un dividendo".

Asimismo, el Santander ha hecho un especial hincapié en favorecer la participación de los accionistas en la toma de decisiones y en reforzar el control de los accionistas sobre determinadas decisiones de especial relevancia.

Transparencia

La transparencia es entendida por el Santander en una doble vertiente: por una parte, se trata de proporcionar a los mercados información puntual sobre cualquier acontecimiento que pueda tener repercusión sobre la cotización de los valores emitidos por Grupo Santander; por otra, hay que asegurar que los accionistas cuenten con todos los datos necesarios para

poder tomar sus decisiones de manera informada. Todo ello está orientado a generar confianza y seguridad en el mercado. Durante 2005 Banco Santander difundió en los mercados 53 hechos relevantes. Asimismo, continuó a la cabeza de las buenas prácticas en lo que se refiere a la presentación individualizada y desglosada por los distintos conceptos de la información sobre retribuciones de los Consejeros. Finalmente, la publicación de un informe separado de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones se ve complementada por la intervención en la Junta de los Presidentes de ambas Comisiones.

Actuación del Consejo y sus Comisiones

Con su actuación, el Consejo impulsa el progreso del Santander en materia de gobierno corporativo. La adecuada composición del Consejo y sus Comisiones, su actuación unitaria, el mantenimiento de una importante participación en el capital del Grupo y la existencia de un Reglamento del Consejo son factores que aseguran que sus intereses están alineados con los del resto de los accionistas. Además del ejercicio de auto-evaluación anual con el asesoramiento de un experto externo, durante 2005 se ha puesto en marcha un programa de formación de Consejeros con cuatro módulos: (i) Mercados Financieros; (ii) Gobierno Corporativo; (iii) Supervisión y Regulación; e (iv) Información Financiera.

Accionistas

La transparencia genera confianza en los mercados

Santander ha hecho especial hincapié en favorecer la participación de los accionistas y en reforzar su control sobre determinadas decisiones de especial relevancia.

Para favorecer su participación:

- Eliminación de todas las medidas estatutarias de blindaje
- Máximo respeto del principio “una acción, un dividendo, un voto”
- Una sola acción permite la asistencia a la Junta
- Posibilidad de asistencia remota a la Junta por medios telemáticos
- Posibilidad de delegar y votar a distancia, por correo o Internet

Para reforzar su control sobre determinadas decisiones:

- Sometimiento a la Junta General de la aprobación de los sistemas retributivos ligados a la evolución de la acción, sea cual sea el beneficiario
- Votación de manera individualizada de los nombramientos o reelecciones de Consejeros
- Reducción de cinco a tres años del plazo de validez de la delegación en el Consejo para ampliar capital



Transparencia

- Publicación de Informes separados de la Comisión de Auditoría Cumplimiento y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones
- Presentación individualizada y desglosada por los distintos conceptos de la información sobre retribuciones de los Consejeros
- Información financiera periódica (Informe Anual, Informes Trimestrales, Informes de Accionistas)
- Informe Anual de Gobierno Corporativo
- Disponibilidad de toda la información societaria y financiera en la página web del Grupo
- Reuniones informativas con accionistas institucionales e individuales
- Comunicación fluida a través de las Áreas de Accionistas y de Relaciones con Inversores y Analistas
- Publicación en 2005 de 53 hechos relevantes

Consejo de Administración

Reunión de la Comisión Ejecutiva

9 de Febrero de 2006
Ciudad Grupo Santander
Boadilla del Monte
Madrid

- Composición equilibrada del Consejo: 18 miembros: 5 ejecutivos y 13 externos, de los que 6 son independientes
- Comisiones con capacidad decisoria: Comisión Ejecutiva y Comisión Delegada de Riesgos
- Comisiones consultivas: Auditoría y Cumplimiento, Nombramientos y Retribuciones, Tecnología, Productividad y Calidad, e Internacional
- Programa avanzado de formación de los consejeros
- Auto-evaluación anual con el asesoramiento de un experto externo

Deminor Rating*
8/10

* Deminor Rating es una agencia independiente especializada en el rating de sociedades cotizadas en materia de Gobierno Corporativo.



• Accionistas	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible

 Santander



Una estructura sostenible

Recursos Humanos

Nuestro compromiso

El Santander mantiene, con sus más de 129.000 empleados, un compromiso para desarrollar y mejorar su carrera profesional, facilitando la conciliación de la vida personal y laboral y manteniendo una política de comunicación activa y recíproca.

Dimensión

Número de empleados	129.196
Promedio de antigüedad	8,5 años
Edad media de la plantilla	35,72 años
% hombres/mujeres	52 / 48

Balance 2005

- Consolidación de un colectivo de directivos con dimensión corporativa
- Puesta en marcha de la Unidad de Gestión de Recursos Directivos
- Desarrollo del Centro Corporativo de Formación en la Ciudad Grupo Santander como motor de transmisión de la cultura corporativa
- Implantación de políticas corporativas de dirección por objetivos, evaluación del desempeño, compensación, formación y desarrollo profesional

Objetivos 2006

Continuar el desarrollo de políticas de transformación hacia un modelo de gestión más global con:

- Evaluación cruzada de los directivos
- Movilidad funcional y geográfica
- Potenciación de las escuelas corporativas de formación
- Integración y *coaching* del colectivo de directivos superiores

Recursos Humanos

La capacidad y el compromiso de los profesionales que trabajan en el Grupo son la mejor garantía del éxito del Santander.



129.196
Profesionales

35% Europa continental
16% Reino Unido
49% Iberoamérica



Diversidad 52 % hombres

48 % mujeres



277 Directivos
incluidos en
el Top 200

45% Centro Corporativo
y España

35% América

20% Otros países



Una estructura sostenible: Recursos Humanos

129.196 profesionales con un mismo compromiso

Los profesionales del Grupo cuentan con un colectivo de directivos con capacidad de liderazgo y visión corporativa. Además, cuentan con procesos de dirección por objetivos y de evaluación y formación que permiten desarrollar sus capacidades, lo que contribuye a la motivación y al compromiso que implica el proyecto común del Santander.

Estrategia

El Grupo tiene como objetivo desarrollar una gestión de personas y equipos acorde con la posición competitiva y las aspiraciones del Santander mediante tres líneas de actuación:

- La creación de un colectivo de directivos con dimensión corporativa.
- La implantación de una Política Corporativa en Evaluación, Compensación, Formación, Movilidad y Desarrollo Profesional.
- El desarrollo de un nuevo modelo de gestión que integre las Políticas Corporativas.

Modelo de gestión

El nuevo modelo de gestión de Recursos Humanos en el Grupo busca el equilibrio entre la flexibilidad de la **gestión local** y la coherencia de la **gestión corporativa**.

Por una parte se definen **políticas corporativas** que se ejecutan localmente, adaptándose a las necesidades de cada mercado y unidad de negocio.

Al mismo tiempo, existe una gestión del colectivo de directivos con dimensión corporativa.



Distribución de empleados por entidades

	Nº empleados	% hombres / % mujeres	% titulación universitaria
Santander, España	20.128	67 / 33	50
Banesto, España	10.421	67 / 33	59
Santander Totta, Portugal	6.268	59 / 41	35
Abbey, Reino Unido	20.642	33 / 67	-
Santander Consumer Finance, Alemania	1.875	45 / 55	12
Santander Consumer Finance, Italia	720	63 / 37	34
Santander Banespa, Brasil	20.276	51 / 49	64
Santander Serfin, México	10.474	52 / 48	50
Grupo Santander, Chile	8.767	50 / 50	53
Santander Argentina	4.107	58 / 42	22
Santander Venezuela	4.278	41 / 59	23
Santander Puerto Rico	1.607	35 / 65	51
Santander Colombia	1.713	45 / 55	49
Otras entidades	17.920	54 / 46	39
Total	129.196	52 / 48	48 *

* No incluye Abbey

El Grupo cuenta con un equipo directivo con capacidad de liderazgo y visión corporativa

Los directivos como motor de cambio

El modelo Corporativo de Recursos Directivos establece un conjunto de políticas y principios que contribuyen a conformar un equipo de directivos de alto rendimiento, capacitado y comprometido para gestionar y motivar a personas y equipos.

La puesta en marcha del Centro Corporativo de Formación en la Ciudad Grupo Santander ha resultado determinante para el impulso e implementación de este proyecto que ha supuesto, como primer paso, la implicación de los 200 directivos más destacados del Grupo —el Top 200— .

Todos los miembros de la Dirección General han participado como profesores del Centro Corporativo en diferentes programas.

De esta manera los directivos revierten al resto de los profesionales del Grupo conocimientos y experiencias adquiridas, además de convertirse en ejemplo y portavoz de los valores y conductas corporativas.

Políticas corporativas clave para consolidar el equipo directivo

- Fijación de objetivos individuales para más de 4.000 directivos
- Procesos de evaluación formal a más del 95% de los directivos
- Políticas de compensación adaptadas al nivel ejecutivo y funcional de los empleados
- Comunicación específica, con portales adaptados a sus necesidades
- Programas de desarrollo con participación en las escuelas corporativas

Políticas corporativas para el desarrollo global del Grupo

El Banco sigue avanzando en la implantación de políticas corporativas que apoyan la transformación del Grupo. Para ello, adquieren especial importancia:

- La evaluación cruzada, que considera la doble orientación de muchos puestos directivos: ejecutiva y funcional
- La movilidad funcional y geográfica como oportunidad de desarrollo profesional para más de un 5% de los directivos
- La formación corporativa, alienada con las prioridades estratégicas y de negocio del Grupo en cada momento y complementaria a los planes locales de formación.
- La integración y *coaching* de un nuevo colectivo de directivos superiores.



La gestión de Recursos Humanos busca la excelencia en los procesos de evaluación, formación y desarrollo de las personas

Formación

La formación siempre ha sido un elemento estratégico de la política de Recursos Humanos en el Santander, fundamental para el desarrollo personal y profesional de la plantilla. Durante 2005 se han realizado una media de 43,6 horas de horas lectivas por empleado (6,6 más que en 2004), lo que equivale a 5,6 millones de horas de formación en el Grupo. El 88,6% de la plantilla ha participado en actividades formativas.

Continúa desarrollándose la formación desde una estrategia multicanal, lo que facilita el acceso a los cursos. La formación *online* supone ya el 37% del total de horas lectivas.

Centro Corporativo de Formación y Desarrollo

En 2005 se inauguró el Centro Corporativo de Formación y Desarrollo *El Solaruco*, en la Ciudad Grupo Santander

Este nuevo Centro permite:

- Impulsar una visión global e integrada del Grupo. En este sentido, *El Solaruco* es un punto de encuentro excepcional y permanente para los profesionales del Grupo de todo el mundo.
- Apoyar las políticas corporativas y la consecución de los objetivos de negocio globales a través no sólo de actividades de formación sino también de identificación y transferencia de mejores prácticas.

- Ser un punto de referencia en las carreras directivas dentro del Grupo, identificando el talento potencial, facilitando su desarrollo y acompañando a los directivos en su evolución profesional.

En 2005, desde su inauguración, han pasado por el Centro Corporativo de Formación 21.500 profesionales del Grupo. En reuniones y convenciones internas han participado 14.500 empleados y más de 7.000 lo han hecho en programas y actividades formativas.

El Centro cuenta con tres centros:

- Centro de Desarrollo Directivo

Desde abril el Centro ha contado con 1.250 asistentes de nivel directivo en programas y actividades de formación y se estima que en el 2006 esta cifra llegará a 5.000.

- Escuelas Corporativas funcionales

Su misión es dar apoyo a los procesos de construcción de negocios y actividades de soporte globales.

Este año han sido especialmente activas las escuelas de Riesgos, Auditoría Interna, Asset Management y Banca Mayorista Global

Además, ha comenzado el desarrollo de las escuelas de Banca Privada Internacional, Cumplimiento y Compras.

- Centro de Integración, que tienen como misión facilitar la acogida de nuevos profesionales del Grupo.

Más de 500 personas han realizado este año programas de integración en *El Solaruco* y 7.825 han participado en cursos de integración a nivel local.

El Centro Corporativo de Formación, *El Solaruco*, se convierte en una herramienta clave en la transformación del Grupo

Otros programas de formación

Se han llevado a cabo otros programas de formación de carácter corporativo, como son:

- el curso de prevención del blanqueo de capitales, en el que han participado 46.260 empleados del Grupo, y
- el programa de apoyo a la implantación de la nueva plataforma tecnológica Partenón, en el que han participado 25.700 profesionales en 2005 y que tendrá su continuidad en 2006 en Portugal y Reino Unido.

En los distintos países, destacan los siguientes cursos de apoyo a las unidades de negocio:

- El programa *Liderando Equipos de Negocio* para Directores de Zona de la red Santander en España.
- En Reino Unido (Abbey), programa *Clearwater* dirigido a los Asistentes Personales Bancarios (PBAs) de las oficinas bancarias.
- En Brasil, programa de formación en Pymes para desarrollar gestores comerciales.
- En Chile, *Programa Líderes, la actitud que nos mueve* para desarrollar un estilo de liderazgo homogéneo y mejoras en la calidad de servicio.
- Programas de gestión y planificación comercial en Santander Private Banking.

Desarrollo profesional y gestión del talento

A lo largo del año 2005 se han potenciado las acciones de desarrollo profesional para atraer, retener y desarrollar a los mejores profesionales.

Más de 4.000 empleados han participado en procesos de identificación de alto potencial en el año.

En España, 2.953 profesionales han participado en estos procesos, de los cuales un 24% se han identificado con potencial. Igualmente, en México más de 770, en Chile más de 300 y en Argentina casi 400 profesionales han tomado parte en los procesos.

Algunos de estos profesionales han participado en diferentes planes de Desarrollo:

- El Programa de Futuros Directivos de la División América Jóvenes con Potencial Directivo que, desde hace 11 años, cumple con el objetivo de crear una nueva generación de directivos para el Banco en América.
- En España el *Proyecto Apolo*, que desde su inicio en 1999 ha contado con la participación de más de 200 personas y que ha servido para que jóvenes empleados asciendan a puestos directivos.
- *Captación de Talento Universitario*: 6.368 prácticas de estudiantes en el Grupo.



El Grupo destinó a formación 75 millones de euros durante el año 2005

Política retributiva

El Santander se esfuerza por conseguir que las retribuciones a sus profesionales sean equitativas en función del rendimiento y el nivel de responsabilidad, omitiendo cualquier tratamiento discriminatorio por razón de sexo, etnia, creencias u opiniones.

Santander mantiene una política que contempla retribuir a sus profesionales de forma competitiva respecto al mercado.

La retribución se basa en cuatro elementos básicos: fija, variable, beneficios e incentivos a largo plazo, que persiguen conseguir un alto grado de motivación y retención.

Durante 2005 se aprobó un plan de opciones sobre acciones en el que participan más de 2.600 empleados del Grupo, sujeto al logro de ambiciosos objetivos de beneficios y de valor de la acción.

Abbey ha introducido cambios importantes en su política retributiva, con la implantación de cuatro bandas de compensación y una oferta de beneficios genéricos para todos los empleados que incluye: productos en condiciones especiales, cupones de descuento para comercios y cuidado de niños, planes de vacaciones flexibles y compra de acciones Santander con ventajas fiscales.

En Iberoamérica, el Grupo ha avanzado en la implantación de un esquema retributivo con componente variable, de manera que más del 50% de los profesionales que trabajan en la región cuentan con un programa de remuneración variable y más de un 90% cuentan con incentivos económicos vinculados al desempeño y los resultados del Grupo.

Selección externa

El Banco desea contar con los mejores profesionales en el marco de los principios de igualdad de oportunidades, respeto a la diversidad y a las culturas autóctonas.

Durante 2005 se incorporaron al Santander un total de 1.155 nuevos profesionales en España y 308 en Portugal, seleccionados mediante un rigurosa metodología y utilizando para ello perfiles en términos objetivos, con el fin último de la elección de la persona más adecuada para el desempeño del puesto de trabajo. En Iberoamérica se ha producido una contratación neta de más de 2.000 profesionales durante 2005.

En todos los sitios web de las diferentes entidades del Grupo existen portales de empleo a través de los cuales los candidatos pueden enviar su candidatura y recibir información de cada una de las ofertas y procesos de selección con la máxima rapidez, fiabilidad y confidencialidad.

Al finalizar el año 2005 estos portales recibieron un total de 272.374 visitas y se habían introducido un total de 103.922 nuevas candidaturas.

El Grupo se esfuerza en crear condiciones que permitan la conciliación de trabajo y familiar

Comunicación interna

Grupo Santander mantiene una comunicación activa y recíproca con sus empleados, ya que la considera un elemento clave para la gestión diaria y el logro de resultados, así como para la motivación y el compromiso de los empleados con el Grupo.

La Revista Carácter está dirigida a todos los profesionales del Santander siendo traducida al portugués y al inglés.

En el marco del Proyecto Corporativo Grupo, IDEAS es el nuevo formato para las publicaciones internas que nace con el objetivo de que las diferentes revistas locales se conviertan en una seña de identidad para todos los empleados del Santander. IDEAS está concebida para unificar criterios de diseño, al tiempo que ofrece un amplio margen de actuación para adaptarse a las necesidades y las audiencias a las que se dirige cada publicación.

La nueva Intranet Corporativa nace para crear un espacio de encuentro entre todos los miembros del Grupo en los distintos países y unidades. Será un vehículo para compartir información y aumentar el sentido de pertenencia a un Grupo internacional. Progresivamente, se implantará en todo el Grupo.

Se han desarrollado dos portales especiales, uno general para información para empleados y otro específico para directivos.

Seguridad y Salud en el trabajo

El Grupo continúa impulsando acciones para la mejora de la seguridad y salud laboral como el Plan de Prevención de Riesgos Laborales. Esta iniciativa asegura la integración y cumplimiento de una serie de medidas de prevención, destacando los cursos de primeros auxilios y formación al personal de emergencia, encargado del manejo de los desfibriladores instalados en la Ciudad Grupo Santander. El servicio de prevención del Santander es auditado por una empresa especializada externa.

Existe un Comité de Prevención de Riesgos Laborales que se reúne periódicamente y en el que están representados tanto los principales sindicatos como las áreas implicadas en la salud e higiene laboral (Servicio Médico, Relaciones Laborables e Inmuebles).

Relaciones laborables

En el mes de junio tuvo lugar al primer encuentro del Comité de Empresa Europeo en la Ciudad Grupo Santander entre representantes sindicales de todos los países y directivos de Recursos Humanos del Grupo, a raíz del acuerdo sobre Constitución de dicho Comité con el objetivo de atender y cubrir posibles necesidades de empleados.

Durante 2005, en España se aplicó el XIX Convenio Colectivo Sectorial de Banca, en vigor hasta este año, que regula las relaciones laborales entre las empresas bancarias y sus trabajadores y se ha mantenido en vigor del acuerdo laboral colectivo sobre prejubilaciones.



Atención al empleado

En España existe un grupo de trabajo encargado de dar una atención rápida a diferentes consultas que cualquier empleado puede realizar. Estas consultas pueden llegar a través de la línea telefónica o bien por otros medios alternativos como el correo electrónico o la intranet corporativa. Durante el pasado año llegaron a atenderse por estas vías cerca de 46.000 consultas.

En otros países el Grupo también cuenta con sistemas telefónicos de atención al empleado como el *Centro de Atención Comunica-T* de Venezuela.

En Reino Unido, Abbey dispone de un plan de Asesoramiento al Empleado, confidencial, que gestiona todas las peticiones de información y aconseja a los empleados ante cualquier problema que planteen, incluidos temas personales.

En otros bancos del Grupo existen planes de atención similares.

Conciliación de la vida laboral y familiar e igualdad de oportunidades

El Grupo continúa reforzando y fomentando el principio de igualdad de oportunidades para todos sus empleados.

En 2005 se firmó en España un Acuerdo Colectivo con las representaciones sindicales con objeto de ayudar a una mejor conciliación de la vida familiar con la profesional y contribuir a la igualdad de oportunidades.

El acuerdo contempla distintas medidas, como son:

- la flexibilidad en el tiempo de trabajo para una mejor atención de las necesidades familiares
- reducciones de jornada, excedencias y permisos por motivos familiares
- la acumulación del permiso de lactancia al descanso por maternidad
- las políticas de formación en la materia
- los derechos laborales de quienes sean víctimas de violencia de género
- el tratamiento de los supuestos de acoso

El acuerdo crea una Comisión de Igualdad que incluye a representantes de los trabajadores, y que se reúne periódicamente.

Además, a lo largo del año el Buzón Idea Óptima ha recogido las ideas y sugerencias relativas al fomento de la igualdad de oportunidades.

En Portugal el *Programa Libra* integra medidas de protección a la maternidad y otras ayudas personales para la conciliación de la vida familiar.

En Abbey, además de las diversas opciones de trabajo flexible, se han introducido en 2005 los cupones de descuento para servicios de cuidado infantil.

En Iberoamerica se ha puesto en marcha un programa para promover la igualdad en los niveles directivos de la región, a través de la participación de un mayor número de mujeres en estas posiciones. Para ello el *Programa de Desarrollo 30x300* permitirá identificar y desarrollar a mujeres con una alta capacidad para ocupar posiciones clave a medio plazo.

La conciliación de la vida familiar y laboral tiene en Iberoamerica un amplio desarrollo a través de programas en Argentina —*Propuestas de Valor para Empleados*—, en Brasil —*Programa Voce*—, en México, con acciones para lograr horarios compatibles, en Chile —*Super Viernes, Postnatal para padres, Programa de Orientación al Empleado*— y en Venezuela —*Programa de Prevención Integral Social*—.

Diversidad y derechos

El Santander mantiene su compromiso por hacer realidad cada día los principios de respeto a la diversidad, impulso a la igualdad y no discriminación entre sus profesionales.

La protección de los derechos humanos -no discriminación, libertad de asociación y negociación colectiva, prohibición de empleo a menores y protección a minorías étnicas- se cumple en todos los bancos y sociedades del Santander con estándares superiores a los recogidos en las legislaciones locales.

• Clientes	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible



Santander





Una estructura sostenible

Marca

Nuestro compromiso

La marca Santander sintetiza la identidad, esencia y posicionamiento de una organización que comparte valores comunes -liderazgo, dinamismo, innovación, impulso comercial, solidez y fortaleza- y capacidades globales.

Balance 2005

- Implantación de un código de comunicación común en todo el Grupo
- Nueva Marca en Abbey con identidad visual de la llama y el color rojo

Objetivos 2006

- Convergencia gradual hacia una identidad común en todas las unidades del Grupo en el proceso que culminará en 2007 con la marca única.
- En México, cambio de la marca Santander Serfin a Santander

Marca

La marca Santander sintetiza la identidad, la esencia y el posicionamiento del Grupo



Santander

España



Europa



América



Negocios Globales





Una estructura sostenible: Marca

Una gestión global de nuestra marca

La marca Santander, en la que confluirán todas las unidades del Grupo en el año 2007, es el reflejo de sus valores: liderazgo, dinamismo, innovación, impulso comercial, fortaleza financiera y ética profesional. Sintetiza la identidad, esencia y posicionamiento del Grupo y transmite una realidad global con independencia de la estrategia de cada mercado, canal o producto.

La visión global del negocio requiere de una gestión global de la marca. Una identidad común consigue que el Banco se vea, desde fuera e internamente, cada vez más como un banco globalmente integrado.

La marca es uno de los principales activos del Grupo, refuerza los vínculos con los clientes y el sentido de pertenencia de los empleados. Por eso se ha construido una marca fuerte que se identifica en todos los mercados con los valores del Grupo: el dinamismo, la innovación, el impulso comercial, el liderazgo y la solidez.

La personalidad de la marca, la estrategia de comunicación y la identidad visual deben ser esencialmente comunes aunque dejando espacio para las particularidades que den sentido al posicionamiento en cada mercado.

En 2005 se ha avanzado sustancialmente en la unificación y consistencia de las marcas, con el objetivo de operar bajo una única marca global a medio plazo. Abbey ya ha incorporado elementos de la identidad global, como la llama y el color rojo.

Para la consultora *Interbrand*, la cartera de marcas del Grupo Santander tenía un valor de 8.032 millones de euros a diciembre de 2005, de acuerdo con la última publicación del ranking español de marcas más valiosas.

El estudio indica, además, que se trata de la marca española que ha logrado una mayor revalorización (+55%) en el periodo 2003 a 2005.

Durante el año 2006 la marca Santander Serfin pasará a ser Santander. Posteriormente, este proceso tendrá continuidad en el resto de países con la excepción de Banesto.

La gestión activa de la identidad, así como el crecimiento global, continúa incrementando el valor de la marca. En el ranking bienal de marcas españolas más valiosas elaborado por Interbrand, Santander es la marca que más ha aumentado su valor.

En este ranking, la cartera de marcas del Grupo se ha revalorizado un 55% apoyado por la aplicación de una política de uniformidad y coherencia en el mensaje.

Santander ha sabido expresar una identidad común y desarrollar un proceso de convergencia en su imagen al utilizar el mismo logotipo —la llama— y un lema que expresa un mismo posicionamiento en todos los países en los que se encuentra presente (“El valor de las ideas”), logrando así transmitir una cultura corporativa homogénea a todos sus grupos de interés, lo que le permite distinguirse en el mercado actual, altamente competitivo.



• Accionistas	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible

 Santander



Una estructura sostenible

Tecnología global

Nuestro compromiso

Queremos generar valor para nuestros clientes y accionistas mediante un modelo único de gestión de la tecnología del Grupo que integra y comparte desarrollos tecnológicos y aprovecha sinergias en la compra de infraestructuras.

Dimensión

Proyecto Partenón	111 aplicaciones
Programas informáticos	+ 100.000
Ingenieros de software	2.000
Líneas de código	+120 millones
Profesionales que reciben formación	16.000

Balance 2005

- Implantada la solución corporativa Partenón en la Red Santander (España) e iniciada en Santander Consumer Finance en España
- Iniciada la consolidación y concentración de Centros de Proceso de Datos (CPD's)

Objetivos 2006

- Convergencia tecnológica del Grupo a través del proyecto Alhambra
- Creación de la Unidad Corporativa de Operaciones para apoyar la implantación de plataformas tecnológicas comunes
- Iniciar la implantación de Partenón en Abbey y Santander Totta
- Culminar la implantación de la plataforma Altair en Santander Banespa

Tecnología global

La capacidad tecnológica es una de las claves que han hecho posible el Modelo Santander



Recursos Humanos en Tecnología

2.000
Ingenieros

16.000
Empleados
reciben formación



100.000
Programas informáticos



Soluciones Corporativas Estratégicas

- Partenón (Europa)
- Altair (Iberoamérica)

Una estructura sostenible: Tecnología global

Santander avanza hacia una plataforma tecnológica común

La tecnología es clave en el modelo de negocio Santander. El Grupo avanza hacia una plataforma tecnológica común, que permite mejoras continuas de eficiencia y el aprovechamiento global de economías de escala.

El Santander ha puesto en marcha un Modelo Global de Gestión de la Tecnología orientado a encontrar soluciones corporativas aplicables a todas las entidades y bancos.

Al tratarse de soluciones propias, es la evolución del Grupo la que marca la evolución de los sistemas. Este modelo garantiza la permanencia del *know how* dentro del Santander, aumenta la seguridad, y favorece el que distintas unidades y áreas de negocio puedan aprovechar todas las innovaciones tecnológicas que se realicen en el Grupo.

La creación de una Unidad Corporativa de Operaciones apoyará el desarrollo del modelo global de tecnología. El Grupo ha creado compañías filiales para al desarrollo del software a nivel corporativo (Isban), la producción informática y la gestión de Centros de Proceso de Datos (CPD's) y de redes (Produban) y la gestión de servicios de operaciones (Geoban).

Las actuaciones realizadas en 2005, que continuarán en los próximos ejercicios, están enfocadas a implantar las soluciones corporativas estratégicas —Partenón, Alhambra y Altair—, sentando las bases para la convergencia tecnológica en el Grupo.

Durante el año se ha logrado implantar la plataforma tecnológica Partenón en la Red Santander en España, y se ha iniciado el proceso de implantación en Abbey, en Santander Totta y en Santander Consumer Finance.

Partenón incorpora así las características propias de estos Bancos y mercados, lo que aumenta aún más su funcionalidad y facilita su expansión a otros negocios, como Santander Consumer Europa.

Al mismo tiempo se ha avanzado con Altair en Iberoamérica. Está previsto que en 2006 finalice su implantación en Brasil, tras la integración de Santander y Banespa.

Alhambra será la arquitectura de convergencia entre Partenón y Altair, con horizonte 2010. Permitirá una convergencia de procesos, de sistemas de gestión e incluso de portales. Ya se ha implantado con éxito la primera fase de Alhambra en Banesto, y en 2006 comenzará la implantación en la red Santander en España.

También se han llevado a cabo en 2005 proyectos corporativos que apoyarán el desarrollo de negocios globales como Tarjetas, Gestión de Activos, Seguros y Banca Mayorista Global y permitirán capturar sinergias a escala internacional.

Otros proyectos en curso como BIS II, Riesgos Minoristas o la nueva Intranet del Grupo contribuirán a mejorar la eficiencia en la gestión, aumentando la aplicación de mejores prácticas y la homogeneización de criterios.

Todo este esfuerzo inversor y tecnológico supone una aportación muy importante del Santander a la I+D, y un impulso a la industria del software en España, Europa e Iberoamérica.



• Accionistas	• Gobierno Corporativo	• Recursos Humanos
• Tecnología	• Marca	• Gestión del Riesgo

Estructura sostenible



Santander



Una estructura sostenible

Gestión del riesgo

Nuestro compromiso

Contribuir al desarrollo del negocio mediante sistemas de gestión eficiente del riesgo que garanticen la creación de valor de forma sostenida.

Dimensión

Tasa de morosidad del Grupo:	0,89%
Cobertura con provisiones:	182%
Coste del crédito* (% del riesgo crediticio)	0,21%

*Dotaciones específicas netas de fallidos recuperados

Balance 2005

- Implementación de herramientas automáticas de apoyo a la decisión (preclasificaciones y *scoring*) en nuevas unidades del Grupo
- Modelos unificados en la gestión del riesgo en negocios globales
- Formación especializada en riesgos a los miembros del Consejo de Administración y a 5.622 profesionales del Grupo

Objetivos 2006

- Utilización del modelo interno de gestión de riesgos financieros
- Gestión integral de los riesgos para los clientes del modelo de relación global de Banca Mayorista
- Aplicación del modelo de capital económico en la medición de la creación de valor de las unidades de negocio
- Colaboración entre los equipos de Riesgos y de Banca Comercial

La información completa relativa a la gestión del Riesgo puede consultarse en las páginas 122 a 160 del Informe Anual 2005.

Gestión del Riesgo

Una gestión eficiente del riesgo es condición inexcusable para la creación de valor y el crecimiento sostenido

0,89%

Tasa de
morosidad

182%

Cobertura
con provisiones

Distribución de
riesgo de crédito:

83,5%
Europa

15,7%
Iberoamérica

94,3%
Riesgo
investment-grade

0,21%
Coste del
crédito

0,39%
Pérdida
esperada
por riesgo



Una estructura sostenible: Gestión del Riesgo

El Grupo alcanza niveles record de solvencia, morosidad y cobertura

El Santander siempre se ha caracterizado por una prudente gestión de los riesgos, combinando un modelo global con una ejecución adaptada a las condiciones del mercado local.

La prudencia, junto con las técnicas más avanzadas de gestión del riesgo, han permitido que la calidad del riesgo sea una seña diferenciadora de la cultura del Santander, que los mercados perciben con claridad y que asocian como una clara ventaja competitiva.

Claves de la gestión

La gestión de riesgos en el Grupo cumple los siguientes principios:

- Los objetivos y metodología son establecidos desde la División de Riesgos, mientras que la estructura organizativa se adapta a la estrategia comercial y proximidad al cliente.
- Tratamiento único del cliente, sin perjuicio de especialización por tipo de riesgo o segmento de clientes.
- Decisiones colegiadas que no comprometan los resultados por decisiones sólo individuales.
- Perfil de riesgos medio-bajo como objetivo, y con carácter predecible, lo que implica un especial énfasis en el seguimiento de los riesgos para prevenir deterioros a tiempo, una adecuada diversificación y evitar la exposición con empresas de rating insuficiente.

Avances en el año

En el último ejercicio se ha avanzado en la implantación de herramientas automáticas de apoyo a la decisión (preclasificaciones y scoring) en nuevas unidades de negocio, y se han desarrollado modelos unificados para la gestión del riesgo en los negocios globales.

También se ha mejorado la medición y el valor en riesgo (VaR) de todas las carteras y se han implementando con éxito proyectos como Santander Global Markets y Santander Global Connect, así como operaciones estructuradas de gran envergadura para los clientes.

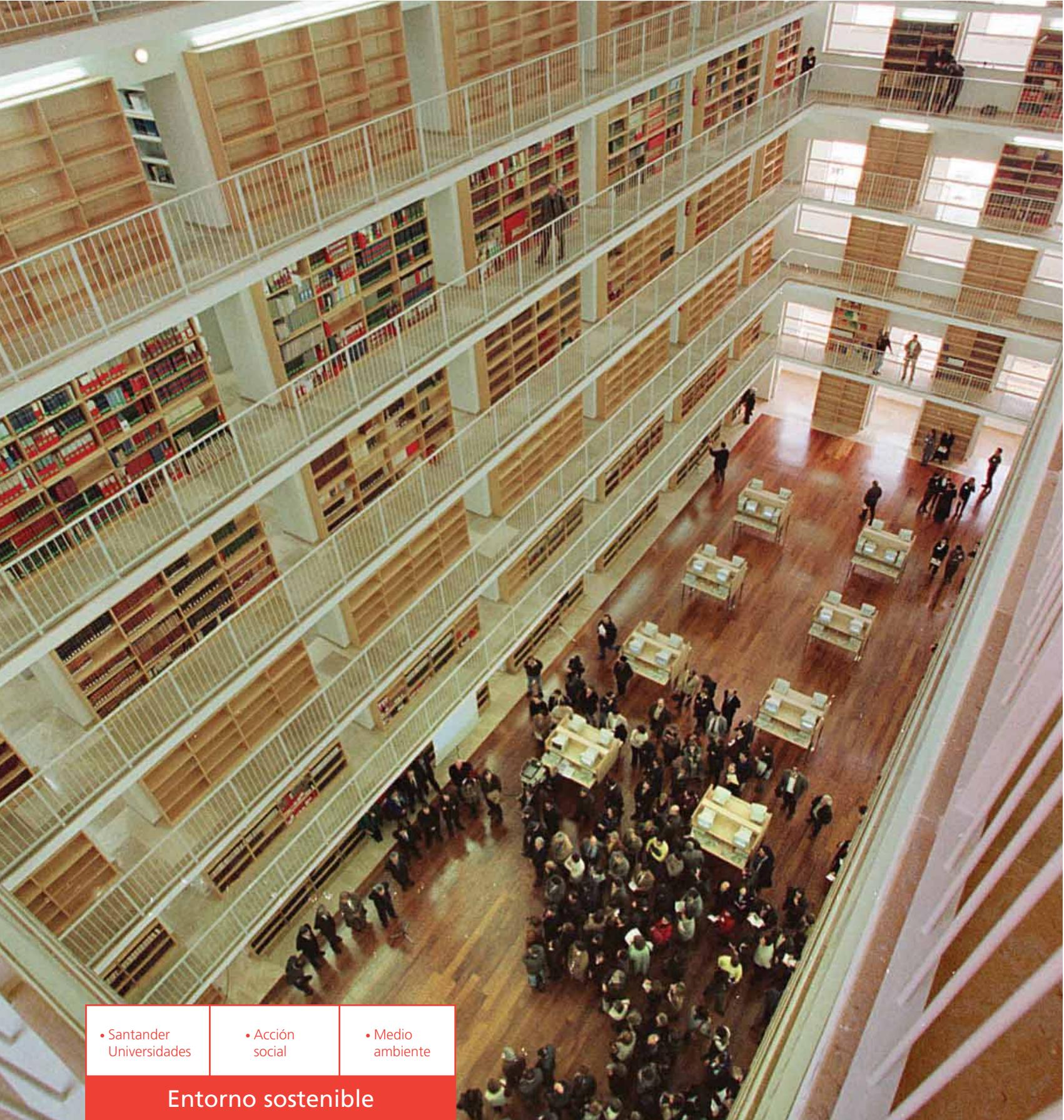
Para todo ello es clave una intensa colaboración entre los equipos de riesgos y las áreas comerciales, que permite dar respuestas con flexibilidad y rapidez.

BIS II

Santander se identifica plenamente con el nuevo Acuerdo de Basilea (BIS II), en la medida en que fomenta las prácticas más avanzadas en la industria.

La entrada en vigor de este acuerdo va a permitir al Grupo reflejar su capacidad para aplicar con éxito, desde el inicio, avanzados modelos internos de riesgo a un 80% de la exposición crediticia del Grupo.

El Grupo Santander está invirtiendo los recursos necesarios, tanto humanos como tecnológicos, para poder satisfacer los exigentes requerimientos del nuevo acuerdo en un plazo razonable, con el claro compromiso de continuar dedicando recursos al mantenimiento y mejora continua de los modelos internos de riesgos.



• Santander
Universidades

• Acción
social

• Medio
ambiente

Entorno sostenible

 Santander



Un entorno sostenible

Programa global Santander Universidades

Nuestro compromiso

El programa Santander Universidades apoya proyectos nacidos en la Universidad para impulsar la investigación y la educación superior en el espacio iberoamericano del conocimiento.

Dimensión

Convenios de colaboración con Universidades	507
Inversión en educación 2005 (millones de euros)	66
Estudiantes e investigadores beneficiados por becas y ayudas	9.863
Universidades en la red Universia	985

Balance 2005

- Consolidación de la cooperación con las universidades iberoamericanas
- Desarrollo de Universia como red de cooperación universitaria
- Celebración del I Encuentro Internacional de Rectores de Universia
- Crecimiento de un 56% de las consultas realizadas a la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes

Objetivos 2006

- Respaldar la dimensión emprendedora de la universidad y la colaboración universidad-empresa
- Consolidar Universia como la mayor red de las universidades iberoamericanas

Universidades

El programa global Santander Universidades materializa nuestro compromiso con la educación superior como garantía de futuro



66 Millones de euros
de inversión en
Educación Superior

507 Convenios de
colaboración con
Universidades



985 Universidades
adheridas a
Universia

19.000
títulos digitalizados por la
Biblioteca Virtual
Miguel de Cervantes



9,3 millones de
Estudiantes e
Investigadores
en una comunidad
universitaria

9.863 Becas y Ayudas
al estudio
42 Cátedras
Santander



Un entorno sostenible: Programa global de Universidades

Mil universidades iberoamericanas se suman a la apuesta global por la educación

El Grupo desarrolla desde hace nueve años Santander Universidades, un programa de colaboración con las universidades iberoamericanas que constituye el eje de la Responsabilidad Social Corporativa del Banco. El programa se asienta en el convencimiento de que la mejor manera de contribuir al crecimiento y al progreso económico y social es apoyando el sistema de educación superior y de investigación.

Santander Universidades

Las actividades de Santander Universidades se estructuran en dos grandes líneas de acción:

- los convenios bilaterales de apoyo a la educación y la investigación
- el mecenazgo de Universia como red de cooperación universitaria

Estos proyectos tienen carácter global y actúan en todos los países iberoamericanos en los que el banco está presente.

En 2005 se han dedicado 66 millones de euros al patrocinio de proyectos docentes, de investigación, tecnológicos y de difusión de la cultura iberoamericana, de los que 52,5 millones se han destinado a convenios con universidades y 13,5 millones de euros a las actividades del Portal Universia y de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

En su gestión, el Grupo realiza un seguimiento sistemático de cada inversión.

Convenios con 507 universidades

El Santander mantiene vigentes 507 convenios con universidades e instituciones de investigación iberoamericanas, que incluyen:

- programas de becas
- proyectos docentes
- programas de excelencia académica
- introducción de las tecnologías de la información en los campus
- modernización de la gestión universitaria
- investigación científica
- fomento de la relación universidad-empresa
- transferencia de conocimiento científico al sector productivo



En 2005 se ha patrocinado un amplio programa de becas para fomentar la movilidad de los universitarios iberoamericanos

Movilidad de los universitarios

Las becas y las cátedras son iniciativas que fomentan la movilidad de los universitarios e internacionalizan la actividad académica, uno de los retos más importantes de la educación superior en la sociedad global del conocimiento.

Santander Universidades ofrece becas y ayudas al estudio a 9.863 estudiantes e investigadores, siendo especialmente significativos los programas de becas para licenciaturas y doctorados en universidades españolas destinados a estudiantes iberoamericanos y las becas de movilidad en la red de macrourniversidades de Latinoamérica.

En 2005, igualmente, se han creado nuevas cátedras para desarrollar investigación y docencia en áreas concretas de conocimiento, con lo que ya suman 42, muchas de ellas participadas por dos o más universidades. Destacan las 6 cátedras mixtas que la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) desarrolla con las universidades de Salamanca, Sevilla, Complutense de Madrid, Autónoma de Madrid y el Instituto Astrofísico de Canarias. Asimismo, se patrocinan 9 cátedras UNESCO en 5 universidades españolas.

Santander patrocina otras propuestas académicas que fomentan el intercambio de conocimiento entre diferentes grupos de profesores investigadores. Gracias a este mecenazgo, se ha desarrollado la Asamblea Anual de la red GUNI (la red mundial de cátedras UNESCO, con sede en la Universidad Politécnica de Barcelona), responsable del Informe sobre el Estado de la Educación Superior en el mundo.

Investigación

El apoyo a la investigación científica es otro aspecto preeminente en los convenios con las universidades.

Santander colabora en 39 proyectos de investigación que 16 universidades y centros de prestigio consideran prioritarios por su relevancia académica, su aportación a la ciencia y su relación con nuestro patrimonio cultural e histórico. Entre otros centros, el Instituto Internacional de Investigaciones Prehistóricas de Cantabria, la Escuela de Traductores de Toledo y el Centro de Biología Molecular Severo Ochoa. Son reseñables asimismo las convocatorias de ayudas anuales a 80 proyectos de investigación de la Universidad Complutense y a los 12 proyectos conjuntos con universidades latinoamericanas que promueve la Universidad Autónoma de Madrid.

Distribución de las Becas

Tipos de beca	Latam	España	(Europa)	Otros	
				2005	2004
Prácticas profesionales	5.057	1.045	266	6.368	6.461
Estudio	1.430	2.065	-	3.495	2.054
Total	6.487	3.110	266	9.863	8.515



Universidad emprendedora

El respaldo a la transferencia de conocimiento al sector productivo y a la innovación se convierte desde 2005 en una de las líneas maestras de Santander Universidades. Este año se ha reforzado la participación en programas que fomentan la cultura emprendedora, crean nuevas empresas a partir del conocimiento científico y transfieren a las empresas los resultados de la investigación académica.

Santander contribuye al desarrollo de los parques científicos de Madrid (universidades Complutense y Autónoma de Madrid junto al Consejo Superior de Investigaciones Científicas); el Parc Científic de Barcelona (Universidad de Barcelona), la Ciudad Politécnica de la Innovación (Universidad Politécnica de Valencia); el Parque Científico de Albacete (Universidad de Castilla-La Mancha), y los parques científicos de Valladolid y Salamanca, promovidos por sus respectivas universidades.

Otro mecanismo de ayuda a la innovación es la aportación directa a fondos de capital riesgo, del que es un buen ejemplo Unifondo I+D, gestionado por un consorcio de 16 universidades españolas y al que Santander tiene un compromiso de aportar 3 millones de euros.

Tarjeta Universitaria Inteligente

Como caso específico de colaboración universidad-empresa, el Santander ha desarrollado con las universidades un carné universitario que incorpora la tecnología más avanzada de las tarjetas bancarias, lo que le dota de múltiples prestaciones, algunas tan innovadoras como la firma digital certificada oficialmente o la posibilidad de consultar el expediente académico a través de los cajeros automáticos.

En 2005, son ya 2,2 millones de universitarios pertenecientes a 190 universidades iberoamericanas los que utilizan este carné sin coste alguno para las instituciones universitarias.

Plan de medidas especiales en América

En 2005, y complementariamente a los convenios con las universidades, se ha desarrollado un plan de medidas especiales en apoyo a la educación en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México. Este plan tiene un desarrollo en tres años —2005/2007— e incluye medidas específicas para fomentar la relación universidad-empresa y el desarrollo de la sociedad de la información en las universidades.

En este primer año se han subvencionado proyectos que se han materializado en 1.430 becas de grado y postgrado, en la creación de 70 aulas universitarias para la navegación por Internet o en la concesión de 16 premios a jóvenes emprendedores y a la innovación empresarial. Es reseñable el éxito de las convocatorias a la iniciativa emprendedora universitaria: sólo en México se presentaron 177 proyectos procedentes de universidades de 25 estados del país.

Santander Universidades

	Convenios de colaboración	Carnés universitarios
España	80	830.554
Portugal	36	57.038
Europa	116	887.592
Brasil	110	357.304
México	102	353.111
Chile	49	259.968
Argentina	40	60.071
Venezuela	36	214.256
Puerto Rico	10	47.917
Colombia	31	20.600
Otros	13	2.642
América	391	1.315.869
Total	507	2.203.461



Universia se ha convertido en la mayor red de cooperación universitaria de habla hispana y portuguesa

Universia: 985 de universidades en red

Una red de cooperación y colaboración de 985 universidades de España, Portugal e Iberoamérica al servicio del espacio iberoamericano del conocimiento y de la modernización de la docencia y la investigación.

En 2005, Universia ha ampliado su ámbito geográfico con la incorporación de Universia Uruguay, un nuevo país que se suma a los diez en los que está ya presente Universia: España, Portugal, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

Desde finales de año, Universia acoge a una comunidad de estudiantes, profesores e investigadores de 9,3 millones de personas.

Como portal de información y servicios para la comunidad universitaria, Universia ha obtenido una media de 70 millones de páginas vistas al mes y su número de usuarios registrados supera los 3,5 millones, lo que le convierte en el portal académico más visitado de Internet.

Encuentro de Rectores

En 2005, Universia ha marcado un importante hito con la celebración del Primer Encuentro Internacional de Rectores en Sevilla los días 19 y 20 de mayo, que se ha convertido en el foro de debate universitario iberoamericano de mayor relevancia institucional que se ha celebrado hasta la fecha. Rectores de 400 universidades asistieron y participaron en 4 mesas de trabajo, de cuyos debates nació la Declaración de Sevilla, un documento de referencia que recoge el compromiso que asumen las universidades como motores del progreso social y económico en la sociedad del conocimiento.

El Encuentro ha puesto de manifiesto la capacidad de Universia de promover iniciativas de cooperación universitaria a gran escala, lo que consolida su papel como red al servicio de la construcción del Espacio Iberoamericano de la Educación Superior.

Universia

	Instituciones asociadas	Universidades %	Estudiantes representados
España	74	100	1.590.000
Portugal	19	97	114.000
Europa	93	197	1.704.000
Brasil	220	69	2.218.000
México	359	86	1.725.000
Chile	56	97	423.000
Argentina	70	92	1.240.000
Venezuela	43	93	750.000
Puerto Rico	15	99	180.000
Colombia	59	74	513.000
Perú	65	97	482.000
Uruguay	5	100	85.000
América	892	90	7.616.000
Total	985	95	9.320.000



Empleo para universitarios

Entre los servicios de mayor valor añadido de Universia se encuentran los relacionados con el empleo. El pasado año 23.599 estudiantes de 11 países accedieron al mercado de trabajo gracias al Portal de Empleo de Universia.

En 2005, por otro lado, se ha reforzado el desarrollo de la Biblioteca de Recursos de Aprendizaje y del *OpenCourseWare*, creado con el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Ambos proyectos facilitan el acceso libre a los materiales y trabajos académicos que utilizan las universidades en sus funciones docentes e investigadoras.

Movilidad internacional

Universia internacional ofrece toda clase de información a aquellos universitarios que quieren estudiar fuera de su país de origen, ya sea en Europa, Estados Unidos, Iberoamérica o Asia.

Los contenidos incluyen datos útiles sobre cada país, cuestiones administrativas y educativas, así como información exhaustiva sobre programas de becas y de movilidad.

En el año 2005, Universia internacional ha desarrollado y homogeneizado toda la información sobre los países con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad a los estudiantes y profesores de las 985 universidades asociadas.

Cervantesvirtual.com, la biblioteca de las lenguas hispánicas

Cervantesvirtual.com tiene por objetivo la difusión de la cultura hispanoamericana en el mundo y, desde su nacimiento en julio de 1999, ha incorporado más de 19.000 registros bibliográficos a sus fondos, disponibles en la Red de forma gratuita.

Desde su creación, ha servido 250 millones de documentos, de los que 88 millones de archivos corresponden a 2005 (31% más que en 2004). Destaca el crecimiento de los usuarios de América, que significan ya más del 60%, con un 27% del total procedentes de Estados Unidos.

Cátedras de Sostenibilidad patrocinadas por el Santander

Cátedra de Desarrollo Sostenible
Fundación Universitaria San Pablo CEU, España.

Cátedra de Medio Ambiente
Universidad de Cantabria, España.
Universidad de Valparaíso, Chile.

Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa
Universidad de Alcalá de Henares, España.

Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa
Universidad Antonio de Nebrija, España.

Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa
Universidad Francisco de Vitoria, España.

Cátedra de Buen Gobierno
IESE, España.

Cátedra de Desarrollo Costero Sostenible
Universidad de Cádiz, España.

Cátedra dirección de empresas y RSC
Universidad de Salamanca, España.

Cátedra de Especialización en Medio Ambiente Celestino Mutis
CSIC, España.

• Santander
Universidades

• Acción
social

• Medio
ambiente

Entorno sostenible





Un entorno sostenible

Programas locales de Acción Social y Cultural

Nuestro compromiso

Como complemento al programa global Santander Universidades, el Banco desarrolla distintas iniciativas de acción social en los países en los que está presente.

Balance 2005

- Colaboración en proyectos culturales, educativos y sociales
- Nuevos programas de cooperación al desarrollo con participación de empleados y clientes
- Refuerzo de los programas de microcréditos

Objetivos 2006

- Instalación del *Córner Solidario* a nivel Corporativo para apoyar las iniciativas de los empleados en materia de cooperación al desarrollo
- Nuevos programas de apoyo a discapacitados y a hijos discapacitados de empleados
- Inauguración de la Sala de Arte Colección Santander, en Boadilla
- Impulso a la participación de empleados en los programas de voluntariado y coparticipación

Acción Social

Los programas de acción social y cultural del Santander se
adecuan a las necesidades concretas de cada país



Desarrollo Educativo



Cooperación al Desarrollo



Coparticipación con
empleados y clientes



Un entorno sostenible: Programas locales de Acción Social y Cultural

Iniciativas solidarias que dan respuesta a distintas necesidades en todo el mundo

Desde el Banco se ha promovido la participación de empleados y clientes en proyectos de entidades sin ánimo de lucro.

Desarrollo Educativo

La apuesta del Santander por la educación, que se plasma prioritariamente en el Programa Santander Universidades, se

complementa con la colaboración en otros proyectos de educación básica dirigidos a sectores sociales con menos recursos.

Principales Proyectos de Desarrollo Educativo

España Santander

Becas Líder (Fundación Carolina):

El Banco patrocina este programa de becas dirigido a 60 licenciados con expediente académico de excelencia en Iberoamérica, España y Portugal.

Premio ABC Universitario-ABC Solidario:

Premia iniciativas de acción social promovidas por universitarios.

Reino Unido Abbey

Reading Partners:

Proyecto desarrollado por los empleados para mejorar las habilidades de lectura de los niños. Completa al programa Number Partners.

Brasil Santander Banespa

Plan de Inclusión Digital:

Patrocinio de cursos y talleres de informática que forman parte de este plan.

Chile Santander Santiago

Donación de ordenadores:

En cada renovación de informática, el Banco cede sus antiguos equipos a diversas instituciones sociales y culturales.

Argentina Banco Rio

Plan del Colegio al Empleo:

Banco Río, Universia Argentina y Orígenes AFJP ayudan a jóvenes que cursan el último año de secundaria a encontrar su primer empleo.

Puerto Rico Santander

Donar un libro no tienen precio:

Campaña de recogida de libros para estudiantes sin recursos y organizaciones sin fines lucrativos.



Cooperación al desarrollo

El Banco colabora con instituciones y entidades públicas y privadas de reconocido prestigio que desarrollan

contrastados programas de cooperación al desarrollo.

Principales Proyectos de Cooperación al desarrollo

España Santander

www.gruposantander.es cuenta con un sistema de donaciones *online* exentas de comisiones para un gran número de ONG.

Colaboración con la Fundación Lealtad, que analiza el modelo de aquellas entidades no lucrativas que voluntariamente se someten a su revisión.

España Banesto

Mediante un sistema de igualar las donaciones realizadas por clientes y empleados, el Banco aportó 250.000 euros para ayudar a las víctimas del Tsunami en Asia.

Portugal Santander Totta

Totta es, desde 2003, el Banco Oficial del Movimiento Paralímpico Portugués. Colaboración con CEBI, Fundación para el Desarrollo Comunitario de Alverca, dedicada a la integración de la comunidad local.

Reino Unido Abbey

Colaboración con *Consumer Credit Counselling Service* y *Money Advice Trust*, que asiste a personas con dificultades financieras.

Social Housing Finance ofrece soluciones financieras a entidades sin ánimo de lucro para posibilitar la compra de viviendas a personas con pocos recursos.

Brasil Santander Banespa

Apoyo al programa al *Movimiento Unicidad* de la Universidad del Valle del Río para el desarrollo regional alrededor del campus.

Colaboración con el Proyecto *Padarias Artesanais* de formación profesional.

México Santander Serfin

Participación en la campaña con UNICEF *Quítate un peso de encima*, que recauda sus fondos a través de la red de cajeros automáticos.

Chile Santander Santiago

Participación de empleados del Banco en el programa *Un techo para Chile*, dedicado a superar la pobreza.

Premio Nacional Banefe a la Mujer Microempresaria, que reconoce el esfuerzo y la capacidad emprendedora de las mujeres chilenas.

Argentina Banco Rio

Cuarto año consecutivo de apoyo al programa comedores infantiles de Cáritas. Participación en la Red de Bancos de Alimentos, destinada a mejorar la nutrición en los ámbitos rurales.

Colombia Santander Colombia

Participación de empleados del Banco en el programa *Un techo para Colombia*, dedicado a superar la pobreza.



Coparticipación con empleados y clientes

El Santander colabora con fundaciones y organizaciones no gubernamentales mediante

donaciones directas y promoviendo la participación de empleados y clientes.

Principales proyectos de coparticipación con empleados y clientes

España Santander

Cruz Roja Española: El Banco promueve la participación de empleados y de antiguos empleados en sus programas de voluntariado.

España Banesto

Programa Solidaridad x2: El Banco duplica las aportaciones económicas que cualquier empleado realice a organizaciones humanitarias o entidades sin fines lucrativos que estén dentro del programa.

Portugal Santander Totta

Núcleo de Voluntariado Totta: El Banco incentiva la participación de los empleados en acciones socialmente responsables.

Reino Unido Abbey

Community Affairs: El Banco dona el coste de cada hora de voluntariado de sus empleados a obras sociales.

Abbey Charitable Trust Limited: Organización caritativa del Banco.

Matched Donations: El Banco iguala las donaciones de sus empleados a programas sociales (límite de 500 libras por donativo).

Brasil Santander Banespa

Proyecto Alicerce: Brinda la oportunidad a jóvenes con pocos ingresos en la enseñanza de calidad para que puedan competir en igualdad de condiciones.

Programa de apoyo a la educación superior: Contempla desde finales del 2004 el programa de Becas de Estudio y las Salas Santander dentro del programa de universidades.

México Santander Serfin

Fideicomiso por los niños de México: Los empleados donan una cantidad voluntaria al mes de su nómina para ayudar a esta institución.

Colombia Santander Colombia

Aulas de la Aceleración del Aprendizaje: Los empleados aportan recursos a este programa para escolarizar a niños con escasos recursos.

Perú Santander Perú

Fe y alegría: El Banco apoya las iniciativas de esta institución educativa que ayuda a escolares con pocos recursos.



La Fundación Santander Central Hispano desarrolla un amplio programa sociocultural en el que destacan las actividades relacionadas con el desarrollo sostenible

Las Fundaciones

La Fundación Santander Central Hispano

La Fundación ha centrado sus actividades en 2005 en los ámbitos del arte, las humanidades, el desarrollo sostenible, la música, la ciencia y las publicaciones, cumpliendo así sus objetivos de contribuir al enriquecimiento cultural de la sociedad española.

En el mundo del **arte** destacan el acuerdo con la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando y Patrimonio Nacional para celebrar exposiciones conjuntas en sus salas de Madrid.

Dentro de las actividades desarrolladas en la feria de arte ARCO, la Fundación patrocinó el III Foro Internacional de Expertos en Arte Contemporáneo, dedicado a *Coleccionismo y Patrimonio Artístico Contemporáneo*.

En el campo de las **humanidades** se ha desarrollado un nuevo ciclo de *Debates sobre Patrimonio* y el curso dedicado a la arquitectura contemporánea.

En lo referente a **sostenibilidad** y patrimonio natural, la Fundación patrocinó el Segundo Foro de Economía y Sostenibilidad que versó sobre el protagonismo de las materias primas y el III Encuentro Hispano Francés, que tuvo como título *Amenazas a la biodiversidad*.

Entre las actividades dedicadas al desarrollo sostenible, destaca como novedad la celebración de la Primera Jornada sobre Desertificación y los ciclos de conferencias sobre recuperación de espacios naturales.

El patrocinio de las actividades **musicales** se centró en el apoyo a la Fundación Albéniz en sus actividades para la divulgación de la música clásica y el descubrimiento de jóvenes talentos. Entre otras, la Cátedra de piano Fundación Santander Central Hispano, los VI Conciertos para escolares y el XV Concurso Internacional de piano Paloma O'Shea de Santander.

En **investigación científica**, la Fundación colabora en los proyectos *El cerebro en movimiento*, del Centro de Magnetoencefalografía Dr. Pérez Modrego, y en la investigación de genética molecular sobre el cáncer de colon que realiza la Unidad de Genética Molecular del Cáncer del Hospital Puerta de Hierro.



La Sala de Arte de la Ciudad Grupo Santander incluye obras de artistas como El Greco, Van Dyck, Rubens o Barceló

En [publicaciones](#), la Colección Obra Fundamental, que ha cumplido diez años con creciente prestigio y reconocimiento, editó tres nuevos libros: *Enrique Díez-Canedo, Obra crítica; Dionisio Ridruejo, Materiales para una bibliografía, y Ernesto Jiménez Caballero, Casticismo, nacionalismo y vanguardia.*

[Fundación Cultural Banesto](#)

Esta Fundación tiene como fines promocionar y desarrollar actividades de carácter cultural, de asistencia e inclusión social, cooperación al desarrollo, defensa del medio ambiente y fomento de la economía social y de la formación empresarial.

La Fundación ha creado la Escuela Banespyme cuya función es promover la creación de empleo en las pymes españolas, impulsando el espíritu emprendedor, el crecimiento empresarial y la adopción de nuevas tecnologías.

Además ha constituido con las SEPI el fondo de capital riesgo *Banesto SEPI Desarrollo FCR* que apoya a las pymes.

Entre las iniciativas sociales de la Fundación destaca el programa de coparticipación *Solidaridadx2*, por el que se igualan las contribuciones de los empleados a proyectos solidarios.

[Sala de Arte Colección Santander](#)

Desde finales de 2005, la Colección de Arte del Banco tiene como centro estable de exposiciones la Sala de Arte de la Ciudad Grupo Santander situada en el Edificio Pereda.

La Sala —con una superficie de casi 3.000 m²— exhibe una selección de obras maestras de los fondos de la Colección Santander. Se pueden contemplar obras de artistas como El Greco, Van Dyck, Rubens o Barceló, y la magnífica serie de José María Sert, *Las Bodas de Camacho*, que se exhibe por primera vez en Madrid.

La Fundación Santander Central Hispano es responsable de la conservación de la Colección.

A large, ancient olive tree with gnarled branches stands in the foreground, its trunk curving towards the right. Behind it is a modern building with a red brick base and a white upper section featuring large glass windows. The sky is clear and blue.

• Santander
Universidades

• Acción
social

• Medio
ambiente

Entorno sostenible





Un entorno sostenible

Medio ambiente

Nuestro compromiso

El Banco actúa desde el pleno respeto al medio ambiente, colaborando en iniciativas que desarrollan su protección e implicando a clientes y empleados del Grupo en la mejora del entorno.

Dimensión*

Consumo de papel (TM):	2.277,13**
Consumo de energía (en Gigajulios)	721.084
Consumo de agua (en miles de m ³)	1.202.079
Emisión de CO ₂ (en Tons) ***	84.194

* Servicios Centrales de España

** Servicios Centrales y Red Santander España

*** Calculado a partir del consumo eléctrico

Balance 2005

- Certificación ISO 14.001 para la Ciudad Grupo Santander
- Desarrollo de actuaciones para el cumplimiento del Protocolo de Kioto
- Continuidad en el control de los impactos directos
- Avances en los impactos indirectos: Financiación de plantas de biomasa

Objetivos 2006

- Mantenimiento de las certificaciones ISO obtenidas
- Comercialización de un fondo de carbono de ayuda a empresas españolas en la obtención de derechos de emisión
- Ampliación del análisis medioambiental de los créditos con la herramienta VIDA
- Estudio de operaciones de financiación para proyectos de energía renovable
- La depuradora situada en las inmediaciones de la Ciudad Grupo Santander permitirá la reutilización como agua de riego de todos los vertidos

Medio Ambiente

El Santander ha hecho del compromiso con el Medio Ambiente un elemento más de su gestión



Consumo de papel

2.277 TM en 2005
Servicios Centrales y Red Santander en España



Emisiones de CO₂ miles de tons

84,2 en 2005
Servicios Centrales en España





Un entorno sostenible: compromiso con el medio ambiente

La Ciudad Financiera obtiene la máxima calificación ambiental

En el 2005, la Ciudad Grupo Santander ha logrado la certificación ambiental ISO 14.001. Las sedes de Chile y México ya cuentan con esta certificación.

Política de Medio Ambiente

El Comité de Medio Ambiente del Grupo es el responsable de aprobar la política medioambiental y de establecer sus metas y objetivos. La política medioambiental se recoge en un documento accesible al público a través de la web corporativa.

Certificación Ciudad Grupo Santander

La Ciudad Grupo Santander ha obtenido la certificación ISO 14.001, que acredita la concienciación ambiental de la entidad y de sus empleados, y los impactos ambientales que producen sus actividades.

En el informe elaborado por AENOR se destacan las medidas adoptadas en materia de desarrollo medioambiental y la calidad de las instalaciones. En particular se señalan la implicación del personal, la segregación de residuos, el sistema de ahorro y reciclado de papel, el estado de orden y limpieza, y el seguimiento de consumos energéticos.

En cuanto a instalaciones, se certifica el esfuerzo del Santander para ser eficiente en sus consumos, con un diseño de edificios que aprovecha al máximo la iluminación exterior y que incorpora cubiertas vegetales para aislar térmicamente los edificios.

La Ciudad Grupo Santander ha instalado equipos de refrigeración que no contienen sustancias reductoras de la capa de ozono (CFCs).

Las oportunidades de mejora, según AENOR, son las referentes al consumo de agua y energía eléctrica. El Santander está en fase de perfeccionamiento de los métodos de aprovechamiento de aguas pluviales y residuales para el riego de parques y jardines. Un sistema informatizado de última generación se encarga de optimizar estas medidas.

Para garantizar el uso racional y eficiente de la energía eléctrica se ha puesto en marcha un sistema de compensación del factor de potencia que significa un ahorro del 10% anual del consumo de la Ciudad Grupo Santander.

Los edificios centrales de Santander Santiago, en Chile, y la sede en Santa Fe (México), de Santander Serfin, también cuentan con la certificación ISO 14.001.

En estas instalaciones merece destacarse el sistema de gestión ambiental implantado por Santander Serfin, que ha logrado reducir el consumo de energía en un 30% y el de agua en un 5%.

El Santander apoya a las empresas españolas en el cumplimiento de los compromisos derivados del protocolo de Kioto

Control de consumos y reciclajes

La energía eléctrica y la utilización de papel son los consumos más relevantes en las oficinas del Santander, por lo que se presta especial cuidado a su medición y a su control en todos los Bancos y oficinas del Grupo.

En la sede operativa del Grupo, la Ciudad Grupo Santander, se realiza un seguimiento periódico de los consumos y se establecen objetivos de reducción en parámetros como papel, agua y electricidad.

Como complemento, se han establecido sistemas de recogida de residuos como papel, toner, pilas, teléfonos móviles, tubos fluorescentes, envases de productos químicos, así como material biosanitario generado por los centros médicos.

En Iberoamérica se desarrollan diferentes iniciativas de mejora en el consumo de energía eléctrica, gas, reutilización y reciclaje del agua mediante la implantación de acciones y proyectos tanto en las sedes centrales como en las oficinas

Abbey tiene objetivos de reciclaje y control de energía que son analizados periódicamente como parte de su política medioambiental.

Sensibilización a empleados

La implicación de todos los empleados es fundamental para el desarrollo de la Política Medioambiental del Grupo. En España se han potenciado las acciones informativas para reducir el consumo de papel y separar correctamente los residuos.

Igualmente, se incorpora información sobre aspectos medioambientales en los cursos de acceso de nuevos empleados así como en los de capacitación profesional.

En Abbey los gestores de inmuebles reciben formación medioambiental y los empleados reciben ayudas para utilizar el transporte público.

Publicaciones

Los Cuadernos de Sostenibilidad y Patrimonio Natural publicados por la Fundación Santander Central Hispano recogen y divulgan jornadas, debates, encuentros y otras iniciativas a favor de la conservación del patrimonio natural y el cuidado del medio ambiente.

Durante 2005 se desarrolló el Segundo Foro de Economía y Sostenibilidad que versó sobre *El protagonismo de las materias primas* y el III Encuentro Hispano Francés donde se abordaron las *Amenazas a la biodiversidad*.

Financiación de proyectos de energía renovable

Durante el año 2005 se firmaron 6 nuevos proyectos para un total de 36 parques eólicos, lo que supuso para el Banco entrar en la financiación de 962 MW adicionales a los que ya tenía en cartera, por lo que está presente en la financiación del 34% de la potencia total instalada en España.

Igualmente el Banco financió cuatro plantas de biomasa con una potencia instalada de 37,5 MW.

Adicionalmente, en Brasil se financió una capacidad de 150 MW en parques eólicos, con una inversión de 275 millones de dólares.



Aplicación del Protocolo de Kioto

El Santander ha creado, junto a ICO y Climate Change Capital, un fondo que financia proyectos no contaminantes cuyos derechos de carbono sirven para apoyar a empresas españolas en el

cumplimiento de los compromisos establecidos en Kioto. Se trata de una iniciativa única por el carácter multidisciplinar de los promotores del proyecto y su alto grado de complementariedad.

Proyectos de apoyo al Medioambiente

España Santander	<i>Herramienta Vida:</i> para el análisis medioambiental de las operaciones de crédito. Obtención del certificado medioambiental ISO 14.001 en la Ciudad Grupo Santander.
Portugal Santander Totta	<i>Resconstruir o futuro</i> , una inversión de 250.000 euros para la investigación, enseñanza, cooperación internacional y divulgación de estrategias contra incendios forestales.
Reino Unido Abbey	El buzón de ideas ambientales recibe iniciativas, sugerencias y reclamaciones de los empleados que son tratadas de forma centralizada
Brasil Santander Banespa	Campaña reducción del uso de papel que ha supuesto un ahorro de 1.892 toneladas.
México Santander Serfin	Reducción del 32% en el consumo de papel.
Chile Santander Santiago	Finaciación de proyectos con impacto ambiental positivo: una planta de tratamiento y recirculación de aguas.
Argentina Banco Rio	<i>Qué papel Jugás:</i> recogida de papel de las oficinas para su venta a empresas de reciclado. El dinero obtenido se entrega a la Fundación del Hospital de Pediatría Juan Garrahan.
Puerto Rico Santander Puerto Rico	Programa de limpieza de 90 playas.
Venezuela Santander Venezuela	Proyecto de repoblación de arboles en las orillas del río Bogotá.
Colombia Santander Colombia	<i>Juntos sembramos la vida:</i> Programa de jornadas de recuperación y siembra de áreas verdes.
Perú Santander Perú	Jornadas de voluntariado para mejorar y repoblar zonas deforestadas.

Indicadores de Sostenibilidad



Indicadores de Capital Estructural y de Negocio

Capital Estructural	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Apoyo al cliente		
Número de oficinas	10.201	9.973
Número de portales (Internet) existentes dirigidos a clientes	132	132
Número de llamadas/día atendidas a usuarios internos	19.250	18.257
Tecnología y calidad de los procesos		
Número de ordenadores por empleado/oficina	1/10	1/10
Porcentaje de empleados con acceso a Intranet/correo electrónico	98/100	96/99
Capacidad de proceso (Mips en Host Central)	50.160	44.562
Capacidad de almacenamiento total (Terabytes)	1.816,08	1.497,18
Número mensual de páginas consultadas en Intranet (millones)*	14,46	21,31
Número mensual de páginas consultadas en Internet (millones)	29,88	77,41
Número de certificaciones ISO 9.000	26	78
Tecnología de producto		
Número de familias de productos y servicios autorizados en 2005	126	80
Capital Negocio	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Apoyo al cliente		
Número de clientes en Línea Telefónica (millones)**	2,65	3,96
Número de clientes en Banca Internet	765.376	592.430
Número de tarjetas de crédito (millones)	19,1	16,7
Número de tarjetas de débito (millones)	29,9	28,3
Antigüedad media de los clientes, Santander España (en años)	11,7	11,2
Índice de satisfacción global de clientes particulares (1-10)***	8,32	8,30
Índice de satisfacción global de clientes empresas (1-10)	7,42	7,18
Reclamaciones de clientes recibidas en las Unidades de Atención al Cliente	1.012.530	810.964
Número de publicaciones dirigidas al cliente	147	147
Número de publicaciones dirigidas al accionista	10	8
Número de publicaciones dirigidas al empleado	47	47
Intensidad, colaboración y conectividad		
Aumento de clientes (millones)***	3,73	4,83
Número de llamadas atendidas por vía telefónica (millones)	157,95	165,65
Número de operaciones efectuadas por vía telefónica (millones)	206,88	195,20
Nivel de accesibilidad de Banca Telefónica (%)	95,41	94,85
Número de consultas realizadas por Internet (millones)****	154,61	109,46
Número de operaciones con movimiento de fondos realizadas por Internet (millones)****	31,78	22,22
Número de operaciones realizadas por Banca Electrónica (millones)	189,62	182,46
Promedio de empleados por oficina	7,69	8,97

* Cambio operativo en Brasil que ha simplificado el número de consultas y de transmisiones

** Se han homogeneizado criterios en Brasil, Chile, Puerto Rico y México en 2004

*** Clientes particulares totales, sin incluir Abbey en 2004

**** Datos correspondientes a Santander Central Hispano en España

Indicadores

Indicadores de Capital Humano

Competencias: conocimientos, habilidades y cualidades profesionales

	2005	2004
Número de empleados	129.196	132.031
Horas de formación por empleado	43,55	36,86
Total de horas lectivas (millones)	5,62	3,80
Porcentaje de inversión en formación y desarrollo/masa salarial (anual)	1,4	1,3
Porcentaje de participantes en formación sobre plantilla	88,59	84,70
Evaluación de la satisfacción sobre la formación de los participantes (1-10)	8,41	8,59
Número de actividades de aprendizaje disponibles de formación <i>on-line</i>	1.058	2.300
Porcentaje de personas sobre el total de plantilla usuarios de formación <i>on-line</i>	76	71
Número de becarios en prácticas en el Grupo	6.368	6.461

Capacidad de innovar y mejorar

Edad media de la plantilla	36,64	37,85
Porcentaje diversidad hombres / mujeres	52 / 48	53 / 47
Porcentaje de personas con titulación universitaria (<i>sin Abbey</i>)	48%	45%
Número de currículos gestionados en procesos de selección externa	436.614	276.064
Número de consultas atendidas por el Servicio de Atención al Empleado	46.045	46.512
Número de proyectos relacionados con gestión del conocimiento*	41	41

Compromiso y motivación

Años de antigüedad de la plantilla	9,64	10,45
Porcentaje de personal promocionado/total plantilla	11,14	9,29
Porcentaje de personas con retribución variable	77,64	62,22
Número de personas con evaluación de objetivos	56.860	45.504
Número de sugerencias de mejora	1.456	1.512

Conciliación vida personal / vida profesional

Horas lectivas formación <i>e-learning</i> (CBT o EAO**, formación <i>on-line</i> y videoconferencia)	2.092.280	921.420
Número de personas en régimen de excedencia	953	1.063

Accidentes de trabajo (nuevos indicadores)***

Gravedad: (días no trabajados por causa de accidente de trabajo con baja x 1.000)/nº total de horas trabajadas	0,239	0,223
Incidencia de accidentes mortales: (nº total de accidentes mortales x 100.000)/ nº empleados	14,65	9,39
Ausencia (horas no trabajadas por enfermedad común y accidente no laboral)	1.378.762	1.420.215

* No incluye Chile ni Banesto

** Computer Based Training o Enseñanza Asistida por Ordenador

*** Datos de Santander España



Indicadores del impacto medioambiental

Grupo Santander	2005	2004
Servicios Centrales		
Consumo de papel (TM)*	2.277	3.310
Porcentaje de papel reciclado sobre total	28,51%	23,60%
Consumo de energía (en Gigajulios)	721.084	1.076.524
Consumo indirecto de energía (en Gigajulios)	2.184.938	3.269.412
Consumo de agua (en miles de m ³)	1.202	1.145
Emisiones totales CO ₂ (en Tons)**	84.194	125.594
Emisiones indirectas de CO ₂ (en Tons)	256.543	381.431
Desplazamientos de la Organización (mill. de kms. auto)	25,9	25,9
Desplazamientos de la Organización (horas de avión)	83.517	53.827

* Incluye Portugal y Banesto

** Emisiones correspondientes al consumo eléctrico

Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa

Responsabilidad Social Corporativa	1	1
Número de evaluaciones externas de RSC		

Otra información relevante

Prevención de blanqueo de capitales y corrupción

El Grupo Santander mantiene vivo su compromiso con la sociedad en la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. En este sentido, el año 2005 ha sido muy activo con motivo de la llegada de nuevas regulaciones, locales e internacionales. Además, el compromiso de mejora constante ha motivado una profunda revisión de los sistemas y procedimientos que afecta a todas las unidades del Grupo para garantizar el estricto cumplimiento de las regulaciones sobre estas materias en los diferentes países donde el Banco está presente.

Entre otros, se han llevado a cabo los siguientes proyectos:

- Atendiendo a los nuevos estándares internacionales, se han revisado los diferentes manuales de prevención (Corporativo, Banca Privada y Banca de Corresponsales), se han actualizado las políticas de conocimiento del cliente, el tratamiento de personas de relevancia pública y la financiación del terrorismo.
- En el ámbito del análisis y detección de operaciones sospechosas, se han introducido mejoras en los sistemas de alerta y detección a fin de aumentar su alcance y se han ampliado los recursos destinados al seguimiento de transacciones inusuales o sospechosas.
- Se han mejorado los sistemas de detección y bloqueo de transacciones vinculadas con personas designadas por los organismos públicos como vinculadas con la financiación del terrorismo.
- Abbey ha iniciado el proceso de adaptación de sus políticas y procedimientos a los del Grupo, a fin de obtener una mayor homogeneización de los criterios aplicados.
- Por otra parte, una firma de auditores externos ha llevado a cabo la revisión de los sistemas de prevención del Grupo en España, lo que permite obtener una visión independiente de la idoneidad de los mismos.

La estructura de prevención de blanqueo y financiación del terrorismo implantada en el Grupo con un total de 386 profesionales comporta la formación de Comités y Unidades de Prevención en cada país.

Las Unidades de Prevención locales han ejercido los oportunos controles sobre 74 unidades de negocio adicionales.

Indicadores

Pacto Mundial de Naciones Unidas

La entidad matriz se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas en 2002. Posteriormente, otros Bancos del Grupo se han adherido a este movimiento de defensa de los derechos humanos, las normas laborales, la defensa del medio ambiente y la lucha contra la corrupción. En su desarrollo, el Banco ha pedido a sus principales proveedores un compromiso explícito de promoción de los diez principios del Pacto Mundial que se citan a continuación con detalle de su correspondencia a los indicadores GRI:

Derechos Humanos

- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, dentro de su ámbito de influencia
HR1, HR2, HR3, HR4
- Asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos
HR2, HR3

Derechos Laborales

- Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva
HR5, LA3, LA4
- Apoyar la eliminación del trabajo forzoso o realizado bajo coacción
HR7
- Apoyar la erradicación del trabajo infantil
HR6
- Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo
HR4, LA10, LA11

Derechos Medioambientales

- Mantener un enfoque preventivo que favorezca al medioambiente
EN1-EN16
- Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental
EN1-EN16
- Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
EN17

Lucha contra la corrupción

- Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno
SO2

Objetivos del Milenio

Grupo Santander ha asumido los Objetivos del Milenio mediante la realización y desarrollo de acciones propias. Las actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa recogidas en esta memoria pretenden incidir, de manera directa o indirecta, en la consecución de los Objetivos del Milenio planteados en la Declaración del Milenio de Naciones Unidas:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- Lograr la enseñanza primaria universal
- Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
- Reducir la mortalidad infantil
- Mejorar la salud materna
- Combatir el Sida, el paludismo y otras enfermedades
- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

UNEP-Fi

Santander participa en la iniciativa para instituciones financieras del programa de Naciones Unidas para el medio ambiente (UNEP-Fi) cuyo objetivo es promover el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad de las empresas financieras.



Publicidad: adhesión a códigos voluntarios

Con el objetivo fundamental de contribuir a que la publicidad constituya un instrumento útil, velando por los derechos de los consumidores y usuarios y por la lealtad en la competencia, los Bancos que integran Grupo Santander están adheridos a códigos voluntarios de conducta en materia de publicidad, que establecen una serie de compromisos éticos y de transparencia para esta actividad.

A través de la autorregulación, el Grupo asume voluntariamente el compromiso de garantizar a la sociedad el rigor y ética de las comunicaciones comerciales, a través de la adopción de normas que promueven una ordenación responsable de la actividad publicitaria en beneficio de los consumidores, la propia industria y la sociedad en general.

Durante 2005 no hubo resoluciones contrarias a Banca Comercial en materia de publicidad e información sobre productos.

España

El Banco forma parte de la Asociación Española de Anunciantes y cumple con los requisitos establecidos por la legislación aplicable en materia de publicidad y comunicaciones comerciales. Además es miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y está adherido a su Código de Conducta Publicitaria y al Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva (Confianza Online).

De igual forma, sociedades de Grupo Santander, por razón de su especial actividad, están adheridas a códigos de conducta publicitaria específicos, como el caso de Inverco en el ámbito de la inversión colectiva.

Portugal

Santander Totta cumple con la declaración de principios comunes y normas de buenas prácticas del Instituto Civil de la Autodisciplina de la Publicidad y del European Advertising Standards.

Reino Unido

Abbey está adherido a los principales organismos regulatorios en el ámbito de la publicidad, como la Advertising Standards Agency, que desarrolla los siguientes códigos: The British Code of Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing, Television Advertising Standards Code y Radio Standards Advertising Code y el British Advertising Clearance Center, respetando además, el Direct Marketing Association Code of Practice. Además, cumple con todos los requisitos legales que emanan de las directrices emitidas por las entidades reguladoras británicas: Financial Services Authority, Office of Fair Trading, Trading Standards Office, Banking Code Standards Board y Financial Ombudsman Service.

Brasil

Santander Banespa es miembro de la Asociación Brasileña de Anunciantes (ABA).

México

Santander Serfin está adherido al programa de autorregulación de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros. La Afore de pensiones Santander Mexicano se regula a través de la CONSAR (Comisión Nacional de Sistemas de Ahorro para el Retiro) que tiene la facultad de retirar materiales y publicitarios y de multar en caso necesario.

Chile

Santander Santiago es miembro de la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), cuyas empresas asociadas se adhieren voluntariamente al Código de Ética Publicitaria, regulado por el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR).

Argentina

Banco Rio está adherido a la Asociación Argentina de Marketing, la Asociación Argentina de Publicidad, la Cámara Argentina de Anunciantes, la International Advertising Assotiation y al "Código de Prácticas Bancarias" en donde aceptamos autorregular temas referidos a la Comunicación/Publicidad del Banco y el trato al cliente.

Puerto Rico

El Banco se rige por las estrictas leyes y regulaciones estatales y federales, y en Venezuela es miembro de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA).

Formación en derechos humanos

En base al compromiso del Grupo de fomentar el respeto a los derechos humanos, se exige a las compañías de seguridad que imparten a sus empleados formación relacionada con los derechos fundamentales y las libertades públicas de las personas.

Igualmente el grupo ofrece a los empleados cursos en Responsabilidad Social Corporativa que incluye información sobre derechos humanos.

Cumplimiento de la normativa Medioambiental

Durante el ejercicio 2005, el Grupo no ha sido objeto de multas o sentencias judiciales firmes relacionadas con el cumplimiento de la normativa medioambiental.

Planes de contingencia del Grupo

Existe un plan de contingencia cuya estructura incluye un comité de crisis para todo el Grupo y un comité operativo y un gestor de crisis para cada Banco.

El objetivo de este plan es mantener la salud de los empleados y la continuidad del negocio una vez detectados los niveles de alerta que establece el plan.

Planes de emergencia en edificios y oficinas

Tanto los edificios singulares del Banco como sus oficinas cuentan con instrucciones para actuar en situaciones de emergencia. Estas instrucciones incluyen, entre otros aspectos, sistemas de evacuación de los edificios con la colaboración de los profesionales que trabajan en ellos así como de los clientes que pudieran encontrarse en los mismos.

En función de la complejidad, características y ocupación de cada edificio, se establecen diferentes niveles en el desarrollo y la documentación de las normas.

En todos los centros de trabajo se han impartido cursos de formación en esta materia. En la Ciudad Grupo Santander los han realizado más de 300 profesionales.

Fundación Lealtad

Grupo Santander colabora con la Fundación Lealtad y forma parte del grupo de Instituciones Promotoras de la Transparencia de las ONG que coordina la fundación. De esta forma, Santander contribuye al apoyo y a la promoción de la transparencia en el tercer sector.

Fundación Empresa y Sociedad

Como Patrono de la Fundación Empresa y Sociedad, Santander tiene un compromiso de mejorar su estrategia y su gestión de la acción social. Para ello, participa en las actividades institucionales de la Fundación que promueven la acción social de las empresas.

**Esta Memoria de Sostenibilidad es complementaria al Informe Anual 2005.
Ambos documentos están disponibles en la página web www.gruposantander.com.**

Premios y Reconocimientos

España, Santander

- Mejor Banco Global del Mundo y Mejor Banco de España, *Revista Euromoney*
- Mejor Banco del Año en Europa Occidental y Mejor Banco de España, *Revista The Banker*
- Mejor Banco, Mejor Banco de inversión, Mejor Banco en Trade Finance y Mejor Banco de Subcustodia, *Revista Global Finance*
- Mejor compañía en relaciones con inversores, *Institutional Investor*.
- Santander Asset Management, segunda gestora más rentable de Europa en 2004, *Morgan Stanley*.

España, Banif

- Mejor Banco Privado en España, *Revista Euromoney*.

Banesto

- Premio Empresa Flexible por lograr una conciliación de trabajo y vida familiar, *Comunidad de Madrid*
- Mejor Empresa para trabajar en España, *Revista Actualidad Económica*
- Intranet de Banesto entre las 10 mejores del Mundo, *Nielsen Group*

Santander Universidades

- Medalla de honor, *Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas*
- III Premio a la Colaboración Empresarial, *Fundación Leonardo Torres Quevedo de la Universidad de Cantabria*
- Medalla de Plata, *Universidad de Alcalá*

Portugal

- Mejor Banco en Portugal, *Revista Euromoney*
- Mejor Banco en Portugal, *Revista Exame*
- Mejor Empresa financiera, *periódico DN 1000 mayores y mejores*

Reino Unido

- Mejor Suministrador Directo de Hipotecas por vía telefónica, *Revista Your Mortgage*

Brasil

- Mejor Gestora de Asset Management, Fondos Multiriesgos, *Guia Exame*
- Mejor Empresa en Gestión de Recursos Humanos, *Isto É Dinheiro*
- Mejor Banco en Internet Banking, Auto-Servicios e Integración de Canales, *Premio E-Finance de Revista Executivos Financeiros*
- Premio Empresa Amiga de la Infancia, *Fundación Abrinq*
- Premio Empresa Solidaria, *Asociación para la Valorización y Promoción de los Discapacitados en el ámbito laboral*

México

- Empresa Socialmente Responsable, *CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)*
- Premio a la Innovación de Productos, *Revista Mundo Ejecutivo*

Chile

- Mejor Banco de Latinoamérica, *Revista América Economía*
- Mejor Banco de Latinoamérica, *Revista Emerging Market*
- Mejor Banco en Chile, *Revista Euromoney*
- Empresa con Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo y Transparencia en Chile, *Revista Euromoney*
- Mejor Banco en América Latina, en Gobierno Corporativo, Transparencia y Ética, *Revista Latin Finance*
- Premio Responsabilidad Social Ética, *Diario Financiero*

Argentina

- Mejor Banco en Argentina, *Revista The Banker*
- Mejor Banco en Argentina, *Revista Euromoney*
- Banco de Mayor Prestigio en Argentina, *Diario Clarín*
- Distinción por su compromiso con el bien público, *programa Responsabilidad Social Comunicativa*

Puerto Rico

- Institución Bancaria del Año 2005, *Puerto Rico Association of Realtors*
- Banco del Año 2005, *Revista The Banker*
- Calificación sobresaliente en reinversión comunitaria, *FDIC*

Venezuela

- Mejor unidad de análisis económico, *Revista Institutional Investor*
- Mejor Banco Custodio para Clientes Domésticos, *Global Custodian*

INFORME DE VERIFICACION INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2005 DE GRUPO SANTANDER.

A la Dirección de Grupo Santander:

Hemos realizado los procedimientos de revisión limitada acordados con ustedes relativos a la información incluida en el alcance de la Memoria de Sostenibilidad 2005 de Grupo Santander:

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa así como el contenido del mismo es responsabilidad exclusiva del Área de Secretaría Técnica, Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social Corporativa, la cual también es responsable de definir y mantener los sistemas de gestión y de control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en la revisión limitada.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE3000) de International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) para realizar auditorías de información no financiera.

La revisión limitada ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección y al personal del Grupo Santander y a la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de verificación por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo Santander para obtener la información necesaria para la verificación externa.
- Análisis de los procesos para obtener y validar los datos presentados en la Memoria de Sostenibilidad 2005.
- Revisión del grado de avance y cumplimiento de las líneas de actuación de RSC para el ejercicio 2005 planteadas en la Memoria de Sostenibilidad correspondiente al ejercicio 2004.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio.
- Contraste de que el contenido de la Memoria de Sostenibilidad no contradice ninguna información relevante suministrada por Grupo Santander en su Informe Anual y en su Informe de Gobierno Corporativo.

- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria de Sostenibilidad a lo señalado en el estándar GRI y comprobación de que los indicadores y contenidos del informe se corresponden con los recomendados por dicho estándar.
- Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de una muestra, del cálculo de la información cuantitativa incluida en la Memoria de Sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo Santander.
- Comprobación de la información de carácter cualitativo de los indicadores GRI incluida en la Memoria de Sostenibilidad.

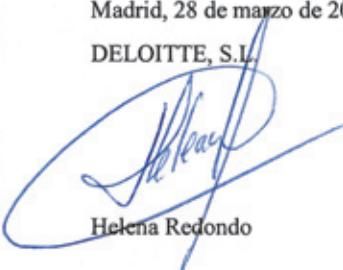
El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre la Memoria de Sostenibilidad 2005 de Grupo Santander.

En el Índice de Contenidos GRI se detallan los indicadores revisados y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos señalados por GRI y los que sólo incluyen datos de determinadas unidades. Como resultado de nuestra revisión limitada no se ha puesto de manifiesto ningún otro hecho que nos haga creer que los aspectos revisados descritos contienen errores significativos.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Grupo Santander.

Madrid, 28 de marzo de 2006

DELOITTE, S.L.



Helena Redondo



Índice de contenidos GRI

Páginas

1. Visión y Estrategia	Perfil de la Organización	1.1 Visión y estrategia respecto a la contribución al desarrollo sostenible.	SS, VV
		1.2 Declaración del Presidente que describe los elementos principales del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa	5*
2. Perfil	Alcance de la Memoria de Sostenibilidad	2.1 Nombre de la organización informante.	VV
		2.2 Principales productos y/o servicios, incluyendo marcas	17-21, 51-53
		2.3 Estructura operativa de la organización.	3
		2.4 Principales departamentos, compañías, filiales, JVs	3/ IA274-277
		2.5 Países en los que opera la organización.	3
		2.6 Naturaleza de la propiedad; forma jurídica.	IA170
		2.7 Naturaleza de los mercados a los que se sirve.	3
		2.8 Magnitud de la organización informante	2
		2.9 Lista de partes interesadas/ características principales y relación con la organización informante	6-7
		2.10 Persona/s de contacto para temas relacionados con el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa	100
	Perfil de la Memoria de Sostenibilidad	2.11 Período cubierto por el Informe	VV
		2.12 Fecha del Informe previo más reciente	VV
		2.13 Cobertura del Informe (países, servicios...)	SS
		2.14 Cambios significativos en la compañía y su entorno	IA46-47
		2.15 Bases para reportar sobre empresas conjuntas y asociadas, instituciones arrendadas y otras.	IA174-175
		2.16 Reformulación de información ya presentada en años anteriores	2/IA170-171
		2.17 Decisiones de no aplicar principios y protocolos GRI en la elaboración del Informe	94-99
		2.18 Criterios y/o definiciones usados en la contabilidad de costos y beneficios medioambientales y sociales	65-83
		2.19 Cambios significativos en métodos de cálculo respecto al año anterior	IA170-171
		2.20 Políticas y medidas para garantizar la precisión y la veracidad de la información	VV
		2.21 Medidas para verificar independientemente la memoria	93-99
		2.22 Medios para encontrar información adicional	100
3. Estructura de gobierno y sistemas de gestión	Estructura y gobierno	3.1 Estructura de gobierno y principales comités del consejo	36/IA53-55
		3.2 % del consejo formado por consejeros independientes	36/IA53-55
		3.3 Proceso para determinar la necesidad de los miembros del grupo de expertos de guiar las estrategias de la organización en temas como las oportunidades y los riesgos ambientales y sociales	IA63
		3.4 Procesos directivos para supervisar oportunidades y riesgos económicos, ambientales y sociales	59-61/IA159-160
		3.5 Relación entre la remuneración directiva y la consecución de los objetivos financieros y no financieros	47
		3.6 Estructura y miembros responsables de supervisión y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales.	IA64
		3.7 Misión y valores, principios y códigos de conducta	VV
		3.8 Mecanismos que permiten a accionistas dar sugerencias	29-31
		3.9 Bases para la identificación de partes interesadas	VV
		3.10 Métodos de consulta a las partes interesadas	14-15,29,48,68
		3.11 Información generada por consultas de partes interesadas.	14-15
		3.12 Empleo de la información obtenida como contraste con las partes	VV
		3.13 Aplicación del principio de precaución	IA123-124
		3.14 Compromisos públicos e iniciativas voluntarias suscritas	88-89
		3.15 Pertenencia a asociaciones nacionales / internacionales	88-89
		3.16 Políticas y/o sist. para la gestión de impactos ocasionados por procesos anteriores/posteriores a los de la organización	IA159
		3.17 Enfoque de la organización acerca de la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales indirectos	SS
		3.18 Principales decisiones tomadas durante el año respecto al lugar donde se desempeñan las operaciones	IA 46-47
		3.19 Programas y políticas de desempeño económico, ambiental, social.	SS
		3.20 Certificación de sistemas de gestión económica, ambiental y social.	13, 81

SS: La Sostenibilidad en el Santander

VV: Vision y Valores

IA: Informe Anual

* La declaración sobre el seguimiento de las directrices GRI 2002 se incluye en el apartado Visión y Valores

Opinión del Auditor

Indicadores verificados según nomenclatura GRI		Indicadores verificados según nomenclatura Grupo Santander	Resultado Verificación Deloitte	Páginas
Indicadores de desempeño económico	EC-1	Ventas netas	Margen de explotación	<input checked="" type="checkbox"/> 2
	EC-2	Desglose geográfico de los mercados	Desglose geográfico de los principales mercados	<input checked="" type="checkbox"/> 3
	EC-3	Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y de todos los servicios contratados	Gastos Generales	1 24
	EC-4	Porcentaje de contratos pagados en conformidad con los términos acordados	Porcentaje de contratos pagados en las condiciones acordadas	<input checked="" type="checkbox"/> 25
	EC-5	Gastos salariales totales (sueldos, pensiones y otras prestaciones, e indemnizaciones por despido) desglosados por países o regiones, referidos a pagos actuales, sin incluir compromisos futuros	Sueldos y Salarios	<input checked="" type="checkbox"/> 2
	EC-6	Distribución entre los proveedores de capital, desglosada por interés sobre deudas y préstamos, y dividendos sobre acciones de todo tipo, con especificación de cualquier retraso de los dividendos preferentes	Dividendos totales	<input checked="" type="checkbox"/> 2
	EC-7	Aumento / disminución de las ganancias retenidas al final del periodo	Reservas	<input checked="" type="checkbox"/> 2/ IA238
	EC-8	Suma total de todo tipo de impuestos pagados, desglosados por países	Impuestos sobre beneficios	2
	EC-10	Donaciones a la comunidad, sociedad civil u otros grupos, en metálico y en especie, desglosadas por tipos de grupos	Inversión en Responsabilidad Social	55, 2, 7
	EC-11	Desglose de los proveedores por organizaciones y países	Proveedores que representan más del 10% del total de compras en cada país	<input checked="" type="checkbox"/> 24-25
	EC-12	Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa	Inversiones en infraestructuras no relacionadas con la actividad	3 77
	EC-13	Impactos económicos indirectos de la organización, señalando las principales externalidades asociadas a los productos y servicios de la organización informante	Externalidades y otros impactos indirectos de la actividad del Grupo	<input checked="" type="checkbox"/> 21,25,83
Indicadores de desempeño social: prácticas laborales	LA-1	Desglose del colectivo de trabajadores, si es posible por regiones / países, situación, tipo de contratación y modalidad de contrato	Distribución de la plantilla por entidades	<input checked="" type="checkbox"/> 43
	LA-2	Creación de empleo neta y promedio de facturación desglosado por regiones / países	Creación neta de empleo y porcentaje del personal promocionado	<input checked="" type="checkbox"/> 2,47,86
	LA-3	Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes u otros representantes responsables, desglosado geográficamente o porcentaje de empleados incluidos en convenios colectivos, desglosado por regiones / países	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos, desglosados por países	4 48
	LA-4	Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones informantes	Política y procedimientos existentes en el banco para informar, consultar y negociar cambios profundos en la organización	<input checked="" type="checkbox"/> 47-49
	LA-5	Métodos de registro y notificación de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales en referencia al repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT	Prácticas sobre registro y notificación de accidentes de trabajo y enfermedades	4 48



Indicadores verificados según nomenclatura GRI

		Indicadores verificados según nomenclatura Grupo Santander	Resultado Verificación Deloitte	Páginas
LA-6	Descripción de las comisiones conjuntas sobre salud y seguridad compuestas por la dirección y los representantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones	Comités conjuntos Dirección y Trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	4	48
LA-7	Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados)	Ratios de accidentes: Gravedad, incidencia de accidentes mortales y absentismo por enfermedad	4	86
LA-9	Promedio de horas de formación por año y empleado, según categoría de empleado	Horas formación por empleado	<input checked="" type="checkbox"/>	45,86
LA-10	Descripción de políticas y programas de igualdad de oportunidades, y de los sistemas de revisión para asegurar el cumplimiento y los resultados de las revisiones	Política de igualdad de oportunidades	<input checked="" type="checkbox"/>	49,88
LA-11	Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo (incluida la junta directiva), atendiendo a la proporción entre sexos y otros indicadores de diversidad, si se consideran culturalmente apropiados	Composición del Consejo de Administración	<input checked="" type="checkbox"/>	36/ IA 53-55
LA-12	Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley	Servicios y beneficios para empleados	<input checked="" type="checkbox"/>	47,49
LA-13	Disposiciones sobre la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o la gestión, incluido el gobierno corporativo	Canales de comunicación interna	<input checked="" type="checkbox"/>	48
LA-14	Datos evidentes que certifiquen el cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en sus Directrices relativas a los sistemas de gestión de la salud en el trabajo	Cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en materia de salud en el trabajo	4	48
LA-15	Descripción de los acuerdos formales con los sindicatos u otros representantes laborales responsables sobre seguridad y salud en el trabajo, y proporción del colectivo de trabajadores amparados por ellos	Acuerdos con sindicatos y organizaciones laborales sobre salud y seguridad en el trabajo	4	48
LA-16	Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de empleados y gestionan los programas de jubilación	Programas de formación en apoyo de la continuidad laboral de empleados y para colaborar en terminación de carrera profesional	<input checked="" type="checkbox"/>	45,46,48
LA-17	Políticas específicas enfocadas a la gestión de los conocimientos prácticos o a la formación continuada	Políticas y programas de formación para gestión de capacitación y aprendizaje a lo largo de la vida laboral	<input checked="" type="checkbox"/>	45-46
HR-1	Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos en torno a los derechos humanos vinculados a las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados	Políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos para tratar todos los aspectos de derechos humanos relevantes a la actividad del Grupo	<input checked="" type="checkbox"/>	49,88
HR-2	Muestras de que se tienen en consideración los impactos de derechos humanos a la hora de tomar decisiones sobre los procedimientos, inversiones o elección de proveedores / contratistas	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	<input checked="" type="checkbox"/>	25
HR-3	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos necesarios para valorar la actuación sobre los derechos humanos con respecto a la cadena de suministro y los contratistas, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados	Políticas y procedimientos para evaluar el respeto a los derechos humanos en la cadena de proveedores	<input checked="" type="checkbox"/>	25

indicadores de desempeño social: derechos humanos

indicadores de desempeño social: prácticas laborales

Opinión del Auditor

Indicadores verificados según nomenclatura GRI		Indicadores verificados según nomenclatura Grupo Santander	Resultado Verificación Deloitte	Páginas
Indicadores de desempeño social: derechos humanos	HR-4	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos / programas globales dedicados a evitar todo tipo de discriminación en las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados	Políticas y procedimientos para evitar la discriminación en el trabajo	<input checked="" type="checkbox"/> 49,88
	HR-5	Ánalisis de la política de libertad de asociación y su grado de aplicación (aparte de las leyes locales), así como de los procedimientos / programas relacionados con este tema	Política de libertad de asociación y grado en el que esta política se aplica universalmente, al margen de las normas locales	<input checked="" type="checkbox"/> 48
	HR-6	Exposición de la política de rechazo del trabajo infantil	Política de exclusión del trabajo infantil	<input checked="" type="checkbox"/> 49,88
	HR-7	Exposición de la política de rechazo del trabajo forzoso y obligatorio	Política de prevención del trabajo forzado y obligado	<input checked="" type="checkbox"/> 49,88
	HR-8	Formación a empleados en cuanto a las prácticas relativas a los derechos humanos, importantes para el desarrollo de las operaciones	Formación a empleados sobre políticas y prácticas de derechos humanos relevantes a la actividad del Grupo	<input checked="" type="checkbox"/> 90
	HR-9	Descripción de las prácticas de apelación relacionadas (no exclusivamente) a los derechos humanos	Descripción de las prácticas sobre reclamaciones	<input checked="" type="checkbox"/> 15
	HR-10	Ánalisis de las políticas de no-represión y de los sistemas confidenciales de queja (incluyendo pero limitándose a su impacto en los derechos humanos)	Política de no represalias y sistema efectivo y confidencial para quejas de empleados	<input checked="" type="checkbox"/> 49
	HR-11	Formación del personal de seguridad en derechos humanos	Formación en derechos humanos para personal de seguridad	<input checked="" type="checkbox"/> 90
	HR-12	Descripción de políticas, directrices y procedimientos diseñados para abordar las necesidades de los pueblos indígenas	Políticas, directrices y procedimientos para tratar las necesidades de las poblaciones indígenas	<input checked="" type="checkbox"/> 74
	HR-13	Descripción de mecanismos de reclamación para la comunidad gestionados conjuntamente por la organización y las autoridades	Mecanismos mixtos banco / comunidad para atender las quejas de la comunidad local	<input checked="" type="checkbox"/> 15
	HR-14	Porcentaje de los ingresos resultantes de las operaciones que se redistribuyen a las comunidades locales	Porcentaje de los ingresos que se redistribuyen en las comunidades locales en la zona en que se obtienen	5 2
Indicadores de desempeño social: sociedad	SO-1	Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las regiones afectadas por las actividades y de los procedimientos / programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados	Política para gestionar el impacto de las actividades del banco en las áreas afectadas por sus actividades	<input checked="" type="checkbox"/> 59-61
	SO-2	Descripción de política, sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento en torno a la corrupción y al soborno, dirigidos tanto a las organizaciones como a los empleados	Política, procedimientos y mecanismos para el banco y los empleados para evitar el soborno y la corrupción	<input checked="" type="checkbox"/> 46,87
	SO-4	Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética	Premios recibidos relevantes a comportamiento social, ético y medioambiental	<input checked="" type="checkbox"/> 91



Indicadores verificados según nomenclatura GRI

		Indicadores verificados según nomenclatura Grupo Santander	Resultado Verificación Deloitte	Páginas	
	PR-1	Descripción de política sobre la salud y seguridad del cliente durante la utilización de productos y servicios, grado de información y aplicación, y relación de procedimientos o programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento	Políticas de seguridad en oficinas bancarias y otras prácticas para asegurar la seguridad del cliente	4	90
	PR-2	Descripción de políticas, sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes al etiquetado y a la información sobre los productos	Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento respecto a información y etiquetado de productos	<input checked="" type="checkbox"/>	19
	PR-3	Descripción de políticas, sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento concernientes a la intimidad del cliente	Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento para proteger la privacidad del cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	12
	PR-6	Etiquetado de productos y cumplimiento de códigos no obligatorios, o distinciones relacionadas con la responsabilidad social y/o ambiental recibidas por la organización informante	Cumplimiento de códigos no obligatorios sobre información de productos y distinciones relacionadas con este aspecto	<input checked="" type="checkbox"/>	89
	PR-7	Número y tipo de incumplimientos de las normativas sobre información y etiquetado de productos, así como las sanciones y multas impuestas como consecuencia de estas infracciones	Información sobre incumplimientos o sanciones relativas a la información sobre productos	6	89
	PR-8	Ánalisis de políticas, sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de gestión y cumplimiento respecto a la satisfacción del cliente, así como de los resultados de los estudios que evalúen esa satisfacción	Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento respecto a la satisfacción del cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	12, 14
	PR-9	Descripción de políticas, sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento de las normativas legales y códigos no obligatorios referentes a la publicidad	Políticas, procedimientos y mecanismos de gestión y cumplimiento de adhesión a códigos voluntarios de publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>	89
	PR-10	Número y tipos de infracciones cometidas en el marco de las normativas sobre el marketing y la publicidad	Infracciones y resoluciones en contra del Grupo en relación con el Marketing y la publicidad	6	89
	PR-11	Número de demandas probadas con respecto a las violaciones de la intimidad del cliente	Número de quejas relativas a privacidad	<input checked="" type="checkbox"/>	12

Indicadores de desempeño social: responsabilidad de producto

	EN-1	Consumo total de materias primas, a parte de agua, por tipos	Consumo de papel	4	79,80,87
	EN-2	Porcentaje de materias primas utilizados que son residuos (procesados o no) procedentes de fuentes externas a la organización informante, referidos tanto a las materias primas recicladas tras su consumo como a los residuos de origen industrial	Porcentaje de papel consumido que es reciclado	4	87
	EN-3	Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias	Consumo de energía	4	79,87
	EN-4	Consumo indirecto de energía, señalar toda la energía empleada para producir y distribuir productos energéticos adquiridos por la organización informante, como por ejemplo, electricidad o calor	Consumo indirecto de energía	4	87
	EN-5	Consumo total de agua	Consumo de agua	4	79,87
	EN-8	Emisiones de gases de efecto invernadero	Emisiones totales de CO2	4	79,80,87
	EN-9	Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono.	Utilización de sustancias reductoras del ozono	7	81

Indicadores de desempeño medioambiental

Opinión del Auditor

Indicadores verificados según nomenclatura GRI		Indicadores verificados según nomenclatura Grupo Santander	Resultado Verificación Deloitte	Páginas	
Indicadores de desempeño medioambiental	EN-11	Cantidad total de residuos, desglosados por tipos y destinos. Los «destinos» hacen referencia a los métodos de tratamiento de los residuos, como son la fabricación de abono orgánico, la reutilización, el reciclaje, la recuperación, la incineración o el vertido	Descripción de iniciativas y sistemas implantados para la adecuada gestión de los residuos.	7	82
	EN-14	Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios	Evaluación de los impactos ambientales indirectos de los productos y servicios	<input checked="" type="checkbox"/>	82-83
	EN-16	Episodios y multas asociados al incumplimiento de los convenios/tratados/declaraciones de aplicación internacional, así como de las normativas locales, regionales, subnacionales y nacionales asociadas a los temas ambientales	Multas y sanciones de origen medioambiental	<input checked="" type="checkbox"/>	90
	EN-17	Iniciativas para emplear fuentes de energías renovables y para incrementar el rendimiento energético	Iniciativas para utilizar energías renovables o aumentar la eficiencia en la utilización de energía tanto internas, como externas	<input checked="" type="checkbox"/>	81-82
	EN-19	Otros usos indirectos (previos/posteriores) de la energía y sus implicaciones, como los desplazamientos de la organización, la gestión del ciclo de vida de un producto y el empleo de materias primas con gran intensidad de energía	Desplazamientos de la Organización	4	87
	EN-22	Cómputo total de reciclaje y reutilización de agua, incluyendo aguas residuales y otros tipos de agua utilizados, por ejemplo, el agua de refrigeración	Iniciativas para la reutilización y el reciclaje del agua	<input checked="" type="checkbox"/>	81
	EN-27	Objetivos, programas y objetivos para proteger y restaurar ecosistemas y especies autóctonas en las zonas degradadas	Actuaciones en relación con protección de ecosistemas o especies autóctonas	<input checked="" type="checkbox"/>	83
	EN-30	Otras emisiones indirectas relevantes de gases efecto invernadero. (el CO2, el CH4, el N2O, los HFC, los PFC, el SF6). Se refiere a las emisiones que resultan de las actividades de la entidad informante, pero se producen desde fuentes propiedad de otra empresa	Emisiones indirectas de CO2	4	87
	EN-33	Actuación de los proveedores en relación a los aspectos ambientales de los programas y procedimientos elaborados en respuesta al apartado Estructura de gobierno y sistemas de gestión	Comportamiento de proveedores en materia medioambiental	4	25
Indicadores de desempeño social para el sector financiero			Resultado Verificación Deloitte	Páginas	
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa	CSR-1	Política de Responsabilidad Social Corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>	6,7	
	CSR-2	Organigrama de la Responsabilidad Social Corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>	6,7	
	CSR-3	Auditorías relativas a Responsabilidad Social Corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>	87	
	CSR-4	Gestión de aspectos materiales a los Grupos de interés	<input checked="" type="checkbox"/>	VV	
	CSR-5	No cumplimiento con la Ley	6	89-90	
	CSR-6	Diálogo con las partes interesadas	<input checked="" type="checkbox"/>	14-15, 29, 48, 68	
Desarrollo social interno	INT-1	Política interna de Responsabilidad Social Corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>	55	
	INT-2	Tasa de rotación externa y creación de empleo	8	47, 86	
	INT-4	Remuneración de la Alta Dirección	<input checked="" type="checkbox"/>	IA 199-204	
	INT-7	Perfil de los empleados	<input checked="" type="checkbox"/>	43, 86	

Indicadores de desempeño social para el sector financiero

			Resultado Verificación Deloitte	Páginas
Sociedad	SOC-1	Donaciones a la sociedad	<input checked="" type="checkbox"/>	SS, 2, 7
Proveedores	SUP-1	Selección de proveedores	<input checked="" type="checkbox"/>	25
Banca Minorista	RB-1	Política Banca Minorista (aspectos de RSC)	<input checked="" type="checkbox"/>	19-21
	RB-2	Perfil en la financiación	<input checked="" type="checkbox"/>	19-21
	RB-3	Financiación con alto beneficio social	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Banca de Inversión	IB-1	Política de Inversión (aspectos de RSC)	<input checked="" type="checkbox"/>	61, 82
	IB-2	Perfil de Clientes	<input checked="" type="checkbox"/>	61, 82
	IB-3	Transacciones con alto beneficio social	<input checked="" type="checkbox"/>	82
Gestión de activos	AM-1	Política de Gestión de Activos (aspectos de RSC)	<input checked="" type="checkbox"/>	61
	AM-2	Activos gestionados con un alto beneficio social	<input checked="" type="checkbox"/>	21
	AM-3	Actividad de los accionistas orientada a la ISR	<input checked="" type="checkbox"/>	21

Indicadores aplicables a las actividades del Grupo Santander sobre los que no se dispone de información o no se informa en Memoria de RSC 2005

EC-9	Subsidios recibidos, desglosados por países o regiones, englobando subvenciones, desgravaciones fiscales y otros tipos de beneficios financieros que no supongan una transacción de mercancías y servicios
LA-8	Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH/SIDA
SO-3	Descripción de política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política
SO-5	Cantidad de dinero donado a instituciones y partidos políticos cuya función principal es la de financiar a los partidos o a sus candidatos
SO-6	Resoluciones relativas a causas judiciales sobre las normativas antimonopolio
SO-7	Descripción de políticas y sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia
PR-4	Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así como sanciones y multas impuestas a estas infracciones
EN-10	NOx, SOx y otra emisiones atmosféricas de importancia desglosadas por tipo, incluyendo emisiones de sustancias reguladas de acuerdo a lo dispuesto en las leyes y normativas locales y a convenios y tratados internacionales.
EN-35	Gastos totales en materia de medio ambiente
INT-3	Clima laboral: satisfacción de los empleados
INT-5	Bonus por consecución de "objetivos sostenibles"
INT-6	Ratio salarial hombres-mujeres
SOC-2	Valor Económico Añadido
SUP-2	Clima laboral: satisfacción de los empleados
INS-1	Aspectos sociales en la política de gestión de seguros (aspectos de RSC)
INS-2	Perfil de los clientes
INS-3	Reclamaciones de los clientes
INS-4	Seguros con matices de sostenibilidad

Indicadores no aplicables a las actividades del Grupo Santander

PR-5	Número de demandas ratificadas por organismos reguladores oficiales o similares para la supervisión o regulación de la salubridad y seguridad de los productos y servicios.
EN-6	Ubicación y extensión de suelo en propiedad, arrendado o administrado en los hábitat ricos en biodiversidad
EN-7	Análisis de los principales impactos en la biodiversidad derivados de las actividades y/o productos y servicios en los entornos terrestre, marino y de agua dulce.
EN-12	Vertidos al agua de importancia, por tipo
EN-13	Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, expresados en cifras y volumen totales. La importancia se refiere tanto al tamaño del vertido como al impacto causado en el entorno.
EN-15	Porcentaje del peso de los productos vendidos susceptible de ser recuperado al final de la vida útil de éstos y porcentaje recuperado en la realidad
EN-18	Huella del consumo de energía (por ejemplo, consumo energético anual durante el periodo de vida) de los principales productos, expresada en julios
EN-20	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por el consumo del agua, incluyendo los humedales de la Lista Ramsar y la contribución general a las tendencias ambientales
EN-21	Extracción anual de aguas subterráneas y superficiales como porcentaje de la cantidad anual renovable de agua, disponible en las fuentes, desglosado por región
EN-23	Extensión total de suelo en propiedad, arrendado o administrado, dedicado a actividades de producción o a la extracción
EN-24	Porcentaje de superficie impermeable en relación con el suelo adquirido o arrendado
EN-25	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas y sensibles
EN-26	Cambios ocasionados en los hábitat naturales como consecuencia de las actividades y operaciones, y porcentaje de hábitat protegido o restaurado, señalando el tipo de hábitat afectado y su estado de conservación
EN-28	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN cuyos hábitat se encuentran en las zonas afectadas por las operaciones
EN-29	Unidades empresariales que están operando o tienen previsto operar dentro o en los alrededores de áreas protegidas o sensibles
EN-31	Cualquier producción, transporte, importación o exportación de aquellos residuos considerados como «peligrosos» de acuerdo con lo estipulado en los Anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea
EN-32	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por los vertidos de agua y residuos líquidos
EN-34	Impactos ambientales significativos vinculados al transporte con fines logísticos



Verificación de indicador cualitativo



Verificación de indicador cuantitativo

SS: La Sostenibilidad en el Santander
 VV: Vision y Valores
 IA: Informe Anual

1. El indicador se refiere exclusivamente al Modelo Global de Compras
2. Se incluye exclusivamente la cifra global del impuesto sobre sociedades devengado
3. Se incluye información cualitativa exclusivamente
4. La información se refiere a España
5. Se informa sobre la cifra global dedicada a RSC
6. La información se refiere a Banca Comercial en España
7. La información se refiere a la Ciudad Financiera
8. Se informa sobre creación de empleo exclusivamente

Información adicional www.gruposantander.com
e-mail: jomramirez@gruposantander.com

Juan Manuel Cendoya Director General, División de Comunicación y Estudios
José Casas Director de Relaciones Institucionales, Secretaría Técnica y RSC
Borja Baselga Director de Responsabilidad Social Corporativa

Este informe está impreso en papel ecológico y ha sido fabricado mediante procesos respetuosos con el Medio Ambiente

© Abril 2006, Grupo Santander

Diseño: Alvaro Reyero Pita, See the change

Fotografías: Javier Vázquez, Jaime Guitart, Luis Asín, Gunnar Knechtel, Paisajes Españoles

Impresión: Litofinter, S.A.

Depósito Legal: M-14.609-2006



www.gruposantander.com